

La nocturnitat en la il·luminació dels clips musicals actuals

Autor CRISTÒFOL CASANOVAS

Consultora ALBA COLOMBO

Treball de fi de màster en Gestió Cultural (recerca) UOC 2013

Barcelona, setembre 2013

Resum

Aquest Treball de Final de Màster (TFM) forma part de la recerca destinada a una tesi doctoral que vol estudiar l'impacte de la nocturnitat en les representacions artístiques des finals del segle XIX. El gradual augment de l'ús de la llum artificial d'origen elèctric ha propiciat que la presència i la importància de la nocturnitat hagi anat augmentant al llarg del segle XX.

Només cal mirar al nostre entorn: totes les manifestacions humanes ja es poden desenvolupar durant la nit i el seu pilar fonamental és el desenvolupament de la tecnologia en il·luminació.

Aquest estudi es centra en una manifestació cultural popular de primer ordre : els clips musicals que s'emeten actualment a la televisió, analitzant la il·luminació de les seves imatges, mitjançant el seu visionat.

La llarga experiència com a docent en il·luminació, així com una llarga trajectòria professional en l'àmbit audiovisual permet a l'autor articular un estudi basat essencialment en una bibliografia provinent de l'àmbit acadèmic de la comunicació, sobre els videoclip i la il·luminació, així com també basat en una bibliografia sobre il·luminació en el cine i l'audiovisual. Amb aquest estudi es vol esbrinar el grau d'importància de la nocturnitat en la iconografia que plantegen els clips musicals, però també vol ser un embrió sobre la importància d'incloure la reflexió i l'anàlisi de la il·luminació com a matèria acadèmica.

Es tracta de veure fins a quin punt la nocturnitat, la qual, com a nova manera de viure de la nostra societat, es reflexa en els videoclip per la via de la il·luminació que s'hi utilitza.

Paraules clau: Cultura, clip musical, il·luminació, nocturnitat, comunicació.

Índex

Resum.....	2
1 Introducció.....	4
2 Objectius.....	5
3 Justificació.....	6
4 Marc teòric.....	9
4.1 El cervell , un adaptat a la llum, creador d'imatges	10
4.2 La direcció de fotografia	12
4.2.1 Cinema, una mirada enrera: de la llum solar a la il·luminació moderna.	12
4.2.2 Les aportacions dels directors de fotografia.	15
4.2.3 Les propietats controlables de la llum	18
4.2.4 Altres consideracions per la llum nocturna	20
4.3 Sobre els clips musicals	22
4.3.1 Marc històric. Sobre narrativa i un apunt sobre la llum.	23
4.3.2 El temps i la velocitat	25
4.3.3 Videoclips: Percepció i emoció	26
4.3.4 Recapitulant	27
5 Metodologia.....	29
5.1 Paràmetres i criteris per el visionat dels videoclips	30
5.2 Paràmetres per classificar els diferents tipus d'il·luminació	31
5.2.1 Tipus de llum dia	31
5.2.2 Tipus de llum nit (llums nocturnes)	31
5.3 Construcció d'una taula per classificar la il·luminació dels videoclips	32
5.3.1 Apartats de la taula	32
5.3.2 Procediment d'ús de la taula	32
6 Les dades obtingudes.....	33
6.1 Observacions de les quantitats de la taula	33
6.2 Anàlisi de les dades	34
6.3 Youtube i una petita investigació addicional	35
7 Conclusions.....	36
7.1 Valoracions tècniques	36
7.2 Conclusions, reflexions i preguntes	37
8 Annexos (Taules).....	38
8.1 • Taula 1 . Classificació clips per ordre de visionat	38
8.2 • Taula 2 . Classificació per visionats a Youtube	40
9 Bibliografia.....	42

1 Introducció

El fet que durant la nit es pugui disposar de la llum suficient per percebre amb claredat les coses és condició suficient per perllongar l'estat de vigília i disposar d'una capacitat addicional als ritmes solars per actuar.

Aquesta versió de la nocturnitat és recent en la història de l'home, una novetat que ha remodelat la seva relació amb l'entorn i per tant amb qualsevol de les seves activitats, ampliant les seves manifestacions culturals, entre elles les manifestacions artístiques.

Donada l'extensió del tema ens hem circumscrit a un aspecte: com es manifesta la nocturnitat en els vídeo clips, i l'eina o la clau per esbrinar-ho serà la il·luminació mateixa.

El videoclip és una petita història audiovisual que conté traces i reflexes de la manera en que vivim, és una manifestació cultural important de la nostra societat. Nascut i destinat a facilitar el mercat de la música, el clip és un producte audiovisual en constant renovació. I com a bon reflex del nostre temps, on es demana des de tots els púlpits, recerca, renovació i originalitat, que sinó no és ven, el videoclip hi respon. Unes afirmacions que anirem desgranant i documentant al llarg del treball.

En el marc teòric començarem constatant la importància de la llum en el procés de percepció del cervell, i analitzarem el fenomen del videoclip des de la perspectiva més desenvolupada fins ara, la de la comunicació. L'articulat analitzat va des de 2002 fins ara, però a la vegada abasta una bibliografia que comença al final dels anys 70, dècada on es situa el naixement dels primers videoclips. Dins d'aquest marc es vol iniciar un camí de reflexió acadèmica on la il·luminació sigui estudiada des d'uns punts de vista més humanístics, més sociològics.

També veurem la influència de la tècnica. Veurem com al llarg del s XX la tècnica ha sigut determinant en que la il·luminació fos més manejable, que estigués més present, i també facilitant la creativitat artística, manifestada essencialment en el món del cinema i la televisió.

Es tracta doncs de veure fins a quin punt és important la il·luminació en els videoclips, sigui per la manera en que estan fets, com pel que representen.

Ens preguntem en quina mida la llum artificial i la nocturnitat estan presents en els videoclips i els fan possibles.

2 Objectius

L'objectiu principal és esbrinar la relació entre els videoclips i la nocturnitat. Volem demostrar que la presència de la nocturnitat i per tant l'ús de la llum artificial és essencial en els videoclips.

Però aquesta demostració es basa en tres punts, o hipòtesis de recerca, que conflueixen en els clips: el gaudi, els espais i la renovació.

El gaudi

El públic al que va dirigit essencialment el videoclip és un públic jove que té molt associada la nit al gaudi, aquesta és una constatació relativament fàcil i poc acadèmica per aquells que tenen fills adolescents.

Donat aquest paràmetre, el de l'associació del gaudi a la nit, en quina mesura està present la nit, la nocturnitat, en els continguts del videoclip? Els hi cal als videoclips, associar-se a la nit per ser més valorats per el públic jove? Quin paper hi juga la il·luminació artificial en els seus continguts?

O bé al contrari està més present el dia, amb la llum solar, en les seves imatges?

Els espais

La nocturnitat també s'expressa en uns espais i entenem com espai nocturn aquell espai recreat sense presència de la llum del dia, sigui aquesta real o imitada amb eines per il·luminar.

Aquest treball vol esbrinar doncs fins a quin punt els clips utilitzen imatges ambientades en la nit, és a dir, imatges que recreen espais nocturns reals o bé espais nocturns fets de manera artificial per la narració, com per exemple en decorats.

Per analitzar la diferència serà essencial estudiar la il·luminació per ajudar a determinar la diferència entre uns i altres.

També veurem si per la via de la il·luminació es proposen espais imaginaris i onírics, és a dir espais que formen part més del món dels somnis que de possibles realitats.

La renovació

Donat que són un producte essencialment de consum, els videoclips demanen una renovació constant, utilitzant un llenguatge audiovisual que està molt alineat amb l'estímul constant de la percepció. Sense la il·luminació seria possible respondre a la diversitat i renovació constant? I dins d'aquesta il·luminació, quin paper hi juga la nocturnitat, la vida de nit?

Tenim el gaudi, els espais i la renovació, com a línies estructurants de partida. Per tant es derivarien tres preguntes que guiarien la recerca:

- Està present la nocturnitat en els continguts dels videoclips?
- És important la llum artificial per il·luminar els espais que mostren els videoclips? O és més important la llum del dia?
- Els clips proposen altres il·luminacions de tipus oníric o imaginària per potenciar la seva originalitat?

3 Justificació (Reflexionar la llum)

La primera raó profunda és la de que cal reflexionar la llum, i fer-ho des del món acadèmic, aportant reflexions acurades des d'altres àmbits que el purament tècnic.

La il·luminació és un tema que està molt present en els àmbits acadèmics de caire tècnic, com poden ser la enginyeria¹ i l'arquitectura², l'àmbit de la seguretat en el treball³ contempla un seguit de normes relacionades amb la il·luminació.

A Alemanya des del 2002 es celebra un fira anomenada "Light and Building" destinada al món de la llum i dirigida a l'arquitectura i l'enginyeria, on els industrials del sector hi exposen les seves recerques i productes i on un tema determinat articula, a cada mostra, els continguts de la fira. Però el que és també molt important és que en paral·lel a la "Light and Building", i depenent de ella, es celebra la Luminale⁴, una gran performance on són convidats artistes⁵ que utilitzen la llum com eina d'expressió. Diferents indrets de la ciutat de Frankfurt es transformen arribada la nit per l'acció lumínica d'aquests artistes. Una façana, l'entrada d'un edifici, un edifici clàssic, unes finestres o una plaça, l'interior d'un autobús, o senzillament unes línies de llum tallant la foscor de la nit, qualsevol lloc es susceptible d'una aportació artística. Aquesta combinació de tècnica, indústria i art han sigut els pilars del ràpid èxit d'aquesta fira.

Una altra raó que, des d'un àmbit més professional també ha sigut important, és el fet de donar classes d'il·luminació durant molts anys, amb un interès creixent de l'alumnat per aquesta matèria. Un dels treballs de fi de Grau d'enguany, al Tecnocampus de Mataró, una alumne ha dirigit i realitzat la il·luminació d'un espectacle de dansa, estrenant-lo el passat 24 de Maig⁶.

En l'aspecte concret dels clips musicals ha sigut una sorpresa constatar que els clips que els alumnes han aportat a les classes d'anàlisi la majoria representaven situacions nocturnes. Una observació molt en consonància amb l'àmbit familiar on hi veiem als fills adolescents com surten i viuen la nit d'una manera molt natural.

Aquests fets han sigut importants a l'hora de redefinir el treball amb una investigació més sistemàtica i acurada.

¹ En aquesta pàgina de la UPC (Universitat Politècnica de Catalunya) podem trobar un manual de Luminotècnia que contempla tots els aspectes físics relacionats amb la llum i fisiològics relacionats amb el funcionament del ull. Com diu al inici de la pàgina :

"La luminotècnia es la disciplina que se encarga del diseño y calculo de instalaciones de alumbrado para interiores y exteriores con la finalidad de que estas resulten satisfactorias para el desarrollo de actividades humanas aún en condiciones de escasa o nula iluminación natural." <http://edison.upc.edu/curs/llum/>

² Com exemple aquest programa de TVE, titulat Elogio de la luz, en una clara referencia a "Elogio de la Sombra", llibre de J.Tanizaki escrit l'any 1933, que parla de les diferències entre Orient i Occident referides al ús de la llum i les ombres. Un programa que versa sobre els nous dissenys d'arquitectura i la seva relació amb la llum. <http://www.rtve.es/alacarta/videos/elogio-de-la-luz/elogio-luz-cesar-portela-arquitectura-solidaria/1792351/>

BTV (Barcelona Televisió), va emetre un programa similar titulat ICONES: <http://www.btv.cat/alacarta>

³ Com exemple aquest manual del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, on es donen consells i normes sobre il·luminació en el treball <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/ErgaFP/2007/eragafp58.pdf>

⁴ En aquesta pàgina es poden veure imatges de les accions e instal·lacions d'enguany, des de la mateixa pàgina es pot anar fins la pàgina oficial de la fira, Light and Building http://www.messefrankfurt.com/frankfurt/de/media/technologyproduction/light_building/frankfurt/foto_audio_video/luminale.html

⁵ Com exemple d'un dels artistes més coneguts en l'àmbit de les instal·lacions lumíniques es pot visionar el vídeo de portada de la pàgina de Philippe Geist : <http://www.p-geist.de/start.html>

⁶ En aquest enllaç es pot veure informació publicada a la xarxa sobre aquest espectacle. <http://www.teatrecirvianum.cat/espectacle1.php?idEsp=240&c=3>

Una altra motivació, aquesta des d'un àmbit sociològic, parteix d'una curiositat inicial per com acceptem la vida nocturna sense qüestionar-nos si l'allunyament del ritme solar, donat que seguim fent vida normal amb les nostres llums artificials allà on ens trobem, a casa, a la feina, al supermercat, al carrer, sempre dins un àmbit urbanitzat, ens pot influenciar, a curt o llarg termini d'alguna manera. Una resposta a aquesta curiositat la vaig trobar sense buscar-la mentre llegia a Francisco Mora ⁷, on explica un experiment fet l'any 1938, a Kentucky (Estats Units), durant el qual dos doctors, Nathaniel Kleitman i Bruce Richardson, es van tancar durant 38 dies en una cova, utilitzant només llum artificial i experimentant en els canvis de ritme de la son:

"La idea justament era veure si aquest rellotge cerebral que controla i ajusta el nostre organisme a les 24 hores del dia de la Terra era possible reajustar als horaris d'un estrany planeta. / ... / El resultat d'aquest experiment va ser un tant descoratjador. Un d'ells, Richardson, es va adaptar perfectament, mentre que Kleitman no va poder i va tenir un patró de temperatura i son completament desajustat a aquest nou dia de 28 hores. El cervell i el cos de Kleitman seguien ajustats al rellotge extern de la cova. / ... / Som fills de la Terra i de la seva història biològica. De fet, els astronautes s'ajusten a l'horari de la Terra per a tots els quefers, siguin aquests personals o tècnics "

Per tant el nostre ritme biològic es tant fort que difícilment la vida nocturna el podrà alterar, per tant aquesta recerca ha deixat de banda aquest aspecte, tot i que ocupa una gran part del nostre temps durant el qual somiem i ho fem amb les imatges que el cervell s'ha creat a partir dels sentits, especialment el de la vista.

Aquest aspecte reflexiu sobre l'ús de la llum durant les hores sense sol l'aporta també Junichiro Tanizaki amb el seu llibre "Elogi de l'ombra" escrit l'any 1933 i on reflexiona sobre la influència de la il·luminació occidental on predomina la quantitat i la claredat envers la oriental on el joc suggestiu d'ombres dona un avalor afegit a tots els àmbits de la vida, des del menjar, el teatre, o l'arquitectura. Aquesta senzilla lectura, és una invitació constant i profunda a una reflexió sobre la llum. ⁸

Però com que no ens volem desviar del món audiovisual, Begoña Martínez, en el seu article a la Revista Científica de Comunicación y Educación ⁹ ho deixa ben clar des del començament:

" La il·luminació en el cinema comença utilitzant-se com un mer suport per poder dur a terme les històries plantejades pels guionistes. Amb el temps s'ha convertit en un element expressiu per excel·lència i en algunes ocasions arriba a tenir una presència tan important que modifica les actituds receptives i emocionals del receptor, a més de ser un element que potencia les emocions, simbòlicament la llum representa el coneixement."

Important reconeixement acadèmic que data del 2002, a un segle i escaig de la invenció del cinema: un element que pot modular les emocions dels espectadors, la il·luminació.

⁷ MORA, Francisco. *Cómo funciona el cerebro*, Alianza editorial, 2011, 53. [trad.pròpia]

Sobre l'experiència descrita es poden veure unes imatges en l'enllaç següent:
<http://structuringsomnolence.tumblr.com/post/772366426/cave-experiment-by-nathaniel-kleitman-and-bruce>

⁸ TANIZAKI, Junichiro. *Elogio de la sombra*, Ed Siruela. 1995 2ª edició, 53 : "Los orientales[...]no experimentamos ninguna repulsión hacia lo oscuro; nos resignamos a ello como a algo inevitable: que la luz es pobre, ¡pues que lo sea!, es más, nos hundimos con deleite en las tinieblas y les encontramos una belleza muy particular.

En cambio los occidentales, siempre al acecho del progreso, se agitan sin cesar persiguiendo una condición mejor a la actual. Buscan siempre más claridad y se las han arreglado para pasar de la vela a la lámpara de petróleo, del petróleo a la luz de gas, del gas a la luz eléctrica, hasta acabar con el menor resquicio, con el último refugio de la sombra."

⁹GUTIÉRREZ, Begoña. *La luz como elemento expresivo de la narrativa audiovisual*. Comunicar, 18, 2002, Revista Científica de Comunicación y Educación; ISSN: 1134-3478, 101-110 [trad.pròpia]

Un dels pocs articles que, des d'una altra disciplina que el propi audiovisual o el cinema, analitza amb profunditat el paper de la il·luminació en el món cinematogràfic.

L'interès per la il·luminació per part de mons tant diferents, siguin tècnics o artístics i a banda de que el món audiovisual tingui a la il·luminació com la seva matèria primera (en aquest cas energia), fa pensar que li cal donar una presència més important en la recerca acadèmica.

Però també hi voldria fer cabre la intuïció, una intuïció que és fruit de molts anys de docència i recerca, d'exercicis i de veure les reaccions de l'alumnat, una intuïció que porta al convenciment de que la il·luminació jugarà un paper cada vegada més important en el món que ens envolta, i no només per veure'ns-hi millor al crepuscle i durant la nit , és a dir no solament complint amb els aspectes tècnics.

Dins d'aquesta recerca general, en aquest treball, volem començar analitzant sistemàticament una centena de clips, trets del temps real , del que ofereix la televisió. Els clips que es presenten més endavant en una taula han estat vistos al canal RAC 105, re-visionats i analitzats a Internet, a Youtube, no son clips trets d'un manual o una taula.

Volem saber de quina manera s'hi manifesta la nit, la nocturnitat, la il·luminació realista i la il·luminació creativa, conceptes que desenvoluparem en l'apartat de metodologia.

4 Marc teòric

En l'apartat anterior hem justificat el nostre interès per la llum i la il·luminació aportant pinzellades des de diferents àmbits del coneixement.

Això ens ha conduït a treballar en un marc teòric interdisciplinari on estudiem diferents aportacions acadèmiques on la llum o la il·luminació son peces importants del seu discurs, de manera a obtenir una base que ens permetrà establir els elements metodològics necessaris a la nostra recerca: esbrinar la importància de la il·luminació artificial i la nocturnitat en els videoclips.

Unes aportacions acadèmiques que provenen de la neurobiologia, la comunicació, la sociologia, les humanitats i el cinema.

Cal precisar que parlar de la il·luminació comporta normalment desenvolupar aspectes de la física i de la fisiologia, és a dir de la llum o dels ulls, uns aspectes palpables i mesurables, basats en suports reals.

Però si bé son importants aquests aspectes funcionals com ara les propietats físiques de la llum (la refracció o la reflexió son les més conegudes), o bé el comportament fisiològic de l'ull per capturar i codificar la llum, transformant-la en senyals elèctriques i químiques, no son temes que es desenvolupin en aquest treball.

El que estructura la recerca parteix d'altres disciplines:

- Neurobiologia.
Ens motiven els aspectes de percepció cerebral. Veure com, a partir de les imatges que es formen en el cervell, després dels processos de codificació de la llum, es determinen les accions.
A partir de la divulgació de les darreres recerques sobre el cervell, volem esbrinar que passa quan la informació codificada arriba al cervell i que és el que motiva que es desencadeni una emoció o una acció.
- Cinema .
Volem veure quina ha sigut la evolució de la il·luminació en la narració d'imatges i com ha anat evolucionant una figura cabdal en la seva fabricació: l'especialista en la llum i per tant en la il·luminació, que en cinema s'anomena director de fotografia. Una figura que amb el temps s'ha anat tornant més rellevant.
- Comunicació. Humanitats. Sociologia.
Des d'aquests àmbits acadèmics coneixerem altres punts de vista sobre els videoclips. Veurem si la percepció i els coneixements sobre il·luminació hi tenen un paper rellevant o en canvi si els diferents articles i anàlisis son sota una perspectiva més sociològica o comunicativa. També veurem com els videoclips salten les barreres perceptives per accedir directament a les emocions i al sistema límbic.

Volem veure com és d'important entendre com funciona el cervell, i com és d'important el paper dels especialistes de la llum, de manera a obrir el marc d'anàlisi dels clips.

Ens apropem al tema des de l'anàlisi acadèmic, però ho volem reforçar, aportant coneixements sobre el cervell i sobre els especialistes de la llum, de manera a eixamplar el marc de recerca.

Cal precisar també que en cadascun dels temes la vessant analítica històrica hi és necessàriament present.

Per tant en les pàgines següents ens apropem al tema de recerca des de les següents vessants:

- En primer lloc la percepció del cervell, esbrinarem que succeeix quan els estímuls enviats pels ulls arriben al cervell
- En segon lloc veurem algunes aportacions dels directors de fotografia, que amb els seus llibres, escrits i entrevistes, ens proporcionen uns punts de vista i unes reflexions en profunditat sobre la importància de la il·luminació en la realització d'imatges.
- En tercer lloc veurem que ens proposa el món acadèmic mitjançant diferents articles sobre el món dels videoclip.
- Un quart apartat teòric i més tècnic, fruit de la experiència en l'ús de la il·luminació, el constituirà la explicació del que anomenem les "propietats controlables de la llum" i que ens ajudaran a definir molt més concretament el nostre marc analític en l'apartat metodològic.

4.1 El cervell , un adaptat a la llum, creador d'imatges

El nostre cervell és un òrgan fruit d'un llarg procés i la seva funció principal es la de descodificar unes informacions de manera a determinar les accions en funció dels impulsos relacionats amb les emocions.

Crida l'atenció afirmar que el procés evolutiu de qualsevol organisme viu és un procés d'adaptació a la llum. Com diu Mora (2011: 30), aquest és un llarg procés de milers de milions d'anys amb l'objectiu principal de la supervivència.

Una llum que, en definitiva, és el tipus d'energia electromagnètica més abundant de les moltes que ens arriben del Univers, una energia d'unes determinades freqüències: la proporcionada pel Sol. En el cas humà l'anomenem llum blanca o espectre visible .

En aquest llarg procés , durant un llarg període de més de 500 milions d'anys, el cervell ha anat evolucionant fins la seva forma actual, constituint-se com un òrgan receptor d'informació i executor d'activitat motora.

Per tant una de les seves funcions principals és la de descodificar la informació que li envien els nostres receptors, que, "transformen un tipus d'energia, com poden ser les ones electromagnètiques (visió), ones de pressió (so), canvis mecànics de la nostra pell (tacte), partícules químiques (gust i olfacte), en esdeveniments elèctrics perquè tal missatge sigui entès pel nostre cervell. " ¹⁰

I després de la descodificació i del reconeixement de la informació, aquesta arriba al cervell emocional :

"Aquesta és una de les funcions més profundament ancorades al cervell des que aquest va començar el seu camí fa molts milions d'anys. Les arrels dels codis emocionals del cervell són tan profundes que banyen i alimenten totes les seves altres funcions.[...]la informació passa a aquest altre cervell dins del cervell que anomenem sistema límbic, on se li imprimeix un valor, una etiqueta de bo o dolent, i és d'aquesta manera que el món que hem construït es fa personal " ¹¹

Es finalment el sistema límbic, o cervell emocional, on rau el més profund del nostre jo, el que determina si el cervell manarà al cos fer una acció o una altra, si li manarà anar a buscar menjar perquè té gana o ha d'agafar les claus abans de sortir de casa, el sistema límbic és el que determina si els impulsos proporcionats pels sentits generen imatges que condueixin a una acció, el que decideix si seran imatges que es quedaran a la superfície de la percepció, o be entraran a formar part de la estructura més profunda del nostre ser:

"Es pensa en imatges i amb imatges abans de pensar amb paraules. La intel·ligència, per tant, ha de provenir d'una certa estructuració de manera que el pensament es forma a mesura que es formula, i no ha de ser necessàriament a través del llenguatge verbal. Aquest comença a tenir la seva funció quan volem comunicar els pensaments i les imatges mentals que hi ha al cervell. " ¹²

"El nostre cervell utilitza idees. I a més claredat d'idees, a més claredat en la classificació dels nostres preceptes, més claredat en el procés de pensar sobre allò que veiem i els seus significats". ¹³

Veiem doncs com el cervell forma imatges per prendre decisions junt amb el sistema límbic, per actuar d'una manera o una altra .

Veurem més endavant com n'és d'important poder accedir al sistema límbic per els

¹⁰ Mora. Op.cit.,30. [trad.pròpia]

¹¹ Mora. Op.cit.,45. [trad.pròpia]

¹² Gutiérrez. Op. cit.,102. [trad.pròpia]

¹³ Mora. Op.cit.,36. [trad.pròpia]

videoclips, de manera a crear una emoció agradable i a desitjar repetir-la. D'altra banda aquest és un tret comú de la majoria del sistemes de representació: "voler tocar la fibra", diríem en un llenguatge col·loquial.

Veurem com els videoclips volen crear constantment missatges clars i nets de fàcil llegibilitat, amb idees senzilles i a la vegada elaborades, treballades per crear emocions, amb els mecanismes necessaris per saltar aquesta barrera protectora del nostre cervell que és el sistema límbic. I veurem si la il·luminació hi juga un paper cabdal en l'acompliment d'aquestes intencions.

4.2 La direcció de fotografia

"La llum té com a missió fonamental expressar i mostrar els elements narratius amb claredat i aconseguir un clima apropiat, si bé és cert que està subjecte a múltiples variacions que depenen del que pretengui en cada cas l'equip format pel director, el director de fotografia i el director de la producció"¹⁴

Per tant, ajudar a fer veure clarament els elements narratius d'una obra audiovisual, específicament cinematogràfica, i ajudar a crear un clima en els ambients que s'hi representen, serien les funcions més esteses, definitòries, del que és un director de fotografia.

El director de fotografia és el responsable del resultat final de les imatges d'una pel·lícula, és el que, junt amb el director, imprimeix un aire o un altre a les imatges segons el tipus d'il·luminació i segons les necessitats de cada escena. Es una funció pròpia del cinema, tot i que aquesta responsabilitat, en l'àmbit del teatre, pot recaure en el disseny escenogràfic, i en els events, com ara els concerts, en els "light designers", nom anglès donat als dissenyadors de llum. Però, a banda de mostrar clarament els elements que els pertoca, una diferència gran entre ells és la utilització que fan de la llum, mentre el primer la fa servir per poder gravar unes imatges sobre un suport físic i destinades a ser emmagatzemades, els altres dos treballen en temps real i el receptor directe és la retina, per tant descodificades en temps real per el cervell. Les dues estan destinades a produir emocions, o al menys interès, però en el primer cas ho fa en diferit i reproduïble a l'infinit, l'altre en temps real i diferent cada vegada.

També cal recordar que la funció del director de fotografia esta relacionada amb la evolució de la il·luminació en el cinema i l'audiovisual, i aquesta ha seguit un procés molt lligat a la tècnica.

4.2.1 Cinema, una mirada enrere: de la llum solar a la il·luminació moderna.

L'origen del cinema data de 1895, i la bombeta elèctrica del 1872, per tant ja existia la il·luminació elèctrica quan el cinema va començar el seu caminar, però no serà fins ben entrat el s.XX, fins 1927, que s'utilitzarà de ple la llum artificial per realitzar les imatges cinematogràfiques, més de trenta anys després de la invenció del cinema i uns cinquanta després de l'aparició de la bombeta elèctrica. Tot i que les dates son referències i les coses evolucionen de manera gradual, aquests son terminis llargs per una vida.

En els inicis, la pel·lícula era de molt baixa sensibilitat i es necessitava molta llum per imprimir les imatges.¹⁵ Méliès, precursor cinematogràfic, molt influenciat per el teatre va ser un dels primers a comprendre-ho i es fa va fer construir uns estudis crestallats de manera a aprofitar al màxim la llum del dia, convertint-se en pioner en la construcció d'aquest tipus d'espais, uns estudis on diferents tipus de cortines, translúcides u opaques servien per graduar les intensitats de la llum del sol i l'ambient de la llum del dia¹⁶,

¹⁴ Gutiérrez. 2002. Op. cit.,102. [trad.pròpia]

¹⁵Gutiérrez. 2002. Op. cit.,104 : "El objetivo de estas primeras películas era que los espectadores pudiesen contemplar lo más nítidamente posible las escenas que ante sus ojos iban transcurriendo, por lo que la iluminación ha sido considerada fundamental como recurso creador y expresivo, de ahí que la gran mayoría de películas se rodasen en exteriores hasta la aparición de estos estudios que antes hemos comentado, y por supuesto de la aparición de la industria de Hollywood o la de Pathé o Gaumont en Francia."

¹⁶ American Society of Cinematographers (ASC). *American Cinematographer Manual*. 2007 Volume II. 755 "Sunlight should not be confused with daylight. Sunlight is the light of the sun only. Daylight is a combination of sunlight and skylight."Manual tècnic del directors de fotografia americans : " La llum del Sol no s'ha de confondre amb la llum del dia. La llum solar es només la llum del sol . La llum día es la combinació de la llum del sol mes la llum del cel".([trad.pròpia]. Aquesta precisió es important per entendre la atmòsfera com un gran difusor de llum que ens permet veure les coses sense ombres tant dures, sense perdre l'apreciació de la direcció de la llum del sol.

accentuant les direccions o suavitzant les intensitats.¹⁷

La llum elèctrica es feia servir poc, i no perquè no fos potent, les fàbriques ja havien adoptat el sistema d'il·luminació elèctric i treballaven nit i dia, les ciutats ja anaven adoptant gradualment l'enllumenat elèctric en els seus carrers, el problema estava en la pel·lícula mateixa.

La emulsió, o superfície sensible a la llum, no ho era a tot l'espectre visible, només a una part, la corresponent als tons blaus de la llum, el que volia dir que els tons més càlids no s'imprimien, si a això hi afegim que la pell es d'un to càlid i la llum artificial incandescent té una tonalitat ataronjada, doncs el tot era que no es podia fer servir la llum artificial per fer imatges.

És a partir del 1927, quan apareix la pel·lícula pancromàtica¹⁸, és a dir, sensible a tot l'espectre de la llum, que es podrà utilitzar la llum artificial, i quan es desenvoluparà una indústria de la il·luminació per cinema que encara ara està oferint nous productes amb nous il·luminants, com són els recent focus amb tecnologia LED.

Amb el control total de la llum començaria el que s'anomenaria el període clàssic de la il·luminació en el cine, i com diu Ravault D'allones¹⁹ amb els seus tres imperatius: la dramatització, on la llum, a través la seva intensitat i direcció ha de marcar espais e intencions; la jerarquització, que porta a prioritzar que es vegin més unes coses que d'altres, més uns actors o actrius que d'altres, el que constituïria la base del star system, i en tercer lloc la llegibilitat, on les imatges han de ser clares, s'han d'entendre ràpidament. Mes endavant aquesta il·luminació s'aniria tornant més complexa i allunyada de visions realistes, oferint noves maneres de veure els espais, on la recerca i desenvolupament de cada estudi de Hollywood els portarà a inventar i utilitzar la llum de diferent manera, donant pas a la experimentació del període barroc. "El barroc consisteix en definitiva a explorar, a través del codi i més enllà del mateix, totes les formes i tots els estats possibles de la llum."²⁰

La pel·lícula "Ciudadà Kane", estrenada l'any 1942, s'ha convertit en una referència cinematogràfica, tot i responent als imperatius clàssics va revolucionar el llenguatge cinematogràfic per l'ús que fa de la llum, per l'ús de noves lents més lluminoses i de nous moviments de càmera:

¹⁷ Mannoni Laurent. *Catàleg de l'exposició Georges Méliès. La Magia del Cine*. Obra social La Caixa i La Cinemathèque Française. 2013 Capítol 4 : Méliès y las películas de trucajes. , 109.

"En 1897 hizo construir en la propiedad de Montreuil el primer estudio acristalado concebido exclusivamente para la cinematografía.

Su creación representa un hito fundamental para el séptimo arte. Es cierto que Edison había mandado construir en West Orange, para hacer filmaciones con el kinetoscopio, una especie de estudio llamado Black Maria: una curiosa caja metálica que giraba sobre sí misma para captar la luz del sol. Marey también contaba con la Estación Fisiológica, en el Bois de boulogne, con una pista, una pantalla negra y un dispositivo de cámara montado sobre raíles. Sin embargo, Méliès, construyó el prototipo de todos los estudios del futuro, o como mínimo los de la época del cine mudo.

El maestro se inspiró en los estudios de fotografía acristalados: se trataba de captar el máximo de luz solar; pero también de poder dirigirla o tamizarla y, en definitiva, de aportar a "ese taller de poses" (aún no lo llamaban estudio) determinadas instalaciones tomadas del teatro: escenario, foso, telar, trampilla, camerinos para los artistas e , incluso, iluminación eléctrica...

¹⁸ Brown, Blain. *Iluminación en cine y televisión*. Ed española : Escuela de video y cine. 1994, 12

Durante años, los operadores esperaron con anhelo las compactas y versátiles lámparas de Tungsteno que fueran asequibles, pero los intentos quedaron frustrados por la sensibilidad espectral de la película entonces existente; eran casi ciega para la luz roja, aunque los objetos fueran ligeramente rojos se fotografiaban como negros. Las lámparas de tungsteno tienen una fuerte emisión en la parte roja del espectro. En 1927, la introducción de una película sensible a todas las longitudes de onda visibles (de aquí el nombre de pancromática) cambió completamente las necesidades de iluminación. El nuevo material era compatible con los proyectores de luz incandescente de Tungsteno, lo que ofrecía muchas ventajas, incluyendo la reducción de costos. [...] La introducción de la lente de Fresnel en 1934 marcó el desarrollo de los proyectores que son los más conocidos de los que se usan actualmente.

¹⁹ Ravault d'Allones, Fabrice. *La luz en el cine*. Ed Cátedra 2008, 28-32. Capítulo 3 Las tres luces. Clásica y Barroca, y Moderna.

²⁰ Ravault d'Allones, Fabrice. Op. cit.,34 [trad.pròpia]

"Orson Welles i el seu director de fotografia Gregg Toland introdueixen dues aportacions al cinema de capital importància: el pan-focus i la il·luminació amb caràcter expressiu. La millora del suport fotoquímic va facilitar aquest fet, ja que va permetre el tancament del diafragma el més possible per fotografiar escenes il·luminades amb una tercera part del material del que fins llavors s'utilitzava. " ²¹

La manera d'il·luminar moderna comença amb els anys 60, una manera que no vol estar subjecte als imperatius clàssics, ni als barrocs.

En aquesta època apareix la nova onada de realitzadors francesos que, amb el seu treball, trenquen l'encarcament del cine clàssic i les seves pesants estructures de producció.

La "nouvelle vague" francesa trenca motllos amb la seva capacitat de fer pel·lícules de baix pressupost, i en alguns casos només il·luminant amb llum natural, com es el cas de "À bout de souffle", pel·lícula estrenada l'any 1960, realitzada per JL Godard i com a director de fotografia a Raoul Coutard, un operador de documental que estava bregat en filmar imatges en situacions difícils, imatges destinades a la televisió. La conjunció d'aquests dos personatges va donar una pel·lícula emblemàtica en molts aspectes, entre ells l'ús exclusiu de la llum natural, aprofitant només les llums artificials pròpies dels espais on rodaven, i aprofitant els nous materials destinats a la televisió.

Aquest nou mitjà va revolucionar la manera de produir: van aparèixer formats i càmeres més manejables, emulsions més sensibles; equips d'il·luminació més reduïts i lleugers.

Una revolució que ha anat aportant al cine una llibertat i manejabilitat que abans no disposava, conduint a una il·luminació dita "moderna" on el que importa són els personatges i la història que s'està explicant, on va adquirint molt pes el paper del director de fotografia el qual és el que coneix bé la relació i la "química" de la llum amb la matèria, és el que realitza un treball molt transversal ²² i sap utilitzar bé les eines per potenciar aquesta relació i poder produir unes imatges que arribin al espectador, amb dos objectius principals, claredat i emoció, és a dir que entri bé pels ulls i el sistema límbic no bloquegi: "En definitiva, a partir de la dècada dels 70, i sota la influència de la televisió, la llum cobra valor expressiu i significatiu exercint una funció denotativa, psicològica i referencial com a suport a la narració. Reflectirà els punts de vista dels personatges. " ²³

Un exemple entre molts, que ens serà útil més endavant, d'aquestes aportacions dels directors de fotografia, pot ser "El Padrino", una pel·lícula estrenada l'any 1972, realitzada per Francis F. Coppola i Gordon Willis a la fotografia que presenta unes maneres de tractar als personatges i la llum fora de la ortodòxia de Hollywood del moment. L'ús del clarobscur, que deixava veure al límit de la claredat al personatge principal ²⁴, o l'ús de filtres per la llum que la feien lleugerament més groga són dos detalls en el seu moment molt arriscats i que d'ençà han sigut molt utilitzats, i també millorats.

²¹ Gutiérrez. 2002. Op. cit., 107. [trad.pròpia]

²² Schaefer, Dennis / Salvato, Larry. *Maestros de la luz. Conversaciones con directores de fotografía*. Ed Plot 1990, 9 :Un operador de prestigio (también llamado director de fotografía) está igual de familiarizado con la historia de las artes visuales que con la sensibilidad de la emulsión o con los laberintos eléctricos necesarios para iluminar un gran decorado en una superproducción. Recibe órdenes del director, pero al mismo tiempo en su colaborador y su confidente; tiene que ayudar y apoyar al director para conseguir exactamente lo que quiere, aunque éste no sea plenamente capaz de expresarlo. El operador tiene que trabajar diariamente en coordinación con la dirección artística, la decoración y vestuario para asegurar que todas las aportaciones sean coherentes con el tono y el estilo generales de la película. Además, es el jefe del equipo de rodaje, así como su principal fuerza motriz.

²³ Gutiérrez. 2002. Op. cit., 108. [trad.pròpia]

²⁴ Schaefer, Dennis / Salvato, Larry. Op. cit., 236 Entrevista a Gordon Willis, director de fotografia a El Padrino I i II. "Técnicamente, toda la iluminación de esa película, al igual que en el Padrino II, es luz cenital suave...Estaba convencido de que, en algunas escenas, era mejor que no se vieran los ojos. Me parecía más acertado que no se vieran los ojos de los personajes, teniendo en cuenta lo que estaba ocurriendo en sus cabezas en determinados momentos. Esto me causó muchos problemas por parte de los tradicionalistas. Hollywood está lleno de retórica...Cuando lo que ven no se ajusta a lo que se supone que tendrían que ver, empiezan a decir cosas. Me hicieron muchos comentarios referentes a que no se veían los ojos de los actores.

4.2.2 Les aportacions dels directors de fotografia.

Una vegada passada la dominació del estudis del període clàssic, que en nom dels seus imperatius (recordem: dramatització, jerarquització i llegibilitat) i a base de molt de temps, va desenvolupar una il·luminació que contemplava, succintament, una llum principal, o llum clau, una de farciment, per suavitzar les ombres provocades per la primera, i una de contrallum , que retallava al subjecte il·luminat de manera a separar-lo del fons.

Tres llums que amb el temps s'han convertit en el que actualment s'anomena l'esquema bàsic d'il·luminació, o il·luminació de tres punts (three points lighting) un esquema que és troba en tots els manuals d'il·luminació i s'ha convertit en una eina metòdica per començar a familiaritzar-se amb la llum artificial.

Néstor Almendros, que va treballar durant la Nouvelle Vague i que va desenvolupar també una carrera als Estats Units, planteja molt bé en les seves memòries les seves recances de la manera de fer obligada dels estudis, a la vegada que trenca o renúncia a l'esquema bàsic que acabem d'anomenar:

"Tendeixo a utilitzar cada vegada més una font única de llum. Tal com sol donar-se en la naturalesa. Rebutjo per al cinema en color aquella il·luminació típica dels anys quaranta i cinquanta, que comprenia una llum principal (key light), compensada per una llum de farciment (fill-light), amb una altra llum per darrere per realçar el pentinat de les estrelles o "desenganxar" del fons, i una altra llum encara per al fons, i una altra llum per al vestuari, i així fins a l'infinit. El resultat no tenia res a veure amb la realitat, on una sola llum ve normalment d'una finestra o d'una làmpada, de dos a tot estirar " ²⁵

En la mesura que el director de fotografia va agafant rellevància, el seu paper va cobrant més importància en tant que aporta un valor afegit molt gran, però , sense perdre de vista que, com diu Néstor Almendros²⁶, "[...] no ha d'oblidar que està allà per ajudar al director. Tot i que el director de fotografia es preï de tenir un estil, no ha de tractar d'imposar-lo. Cal procurar entendre primer l'estil del director ... No cal fer "la nostra" pel·lícula, sinó la seva. "

Cada director de fotografia té el seu anecdotari personal sobre com ha fet determinada llum en determinada pel·lícula , amb més o menys encert, profunditat o innovació. Però no son gaires els que han traduït aquest coneixement en forma de llibre, proposant diferents aproximacions i metodologies, unes de caire bàsicament tècnic , altres més sensorials.

En primer lloc parlarem de Henri Alekan , director de fotografia francès , que va treballar amb J. Cocteau, W Wenders, W Wyler, i altres, el qual va escriure un llibre que sense voler ser manual s'ha convertit en antològic per la seva voluntat de relacionar i situar metodològicament e històricament, el treball del director de fotografia amb tots aquells oficis artístics que tenen la llum com matèria primera, sigui la pintura, per les llums que crea o reproduïx o l'arquitectura, per el volums o espais que crea. Alekan és el primer a reflexionar sobre el fet de que les llums que disposa el director de fotografia son unes llums noves que eren impensables abans de l'adveniment de la electricitat:

"Us proposem estudiar el mecanisme creatiu de la llum i les seves profundes repercussions emocionals en l'home, partint de la "llum viscuda" per ell – la llum solar- per arribar a la "llum figurada" , aquella dels pintors i els cineastes. Aquest llibre explica com la il·luminació artificial és art de la llum, sigui modulant-se als ritmes solars, o be oposant-s'hi, a fi de crear la seva pròpia originalitat, que engendra emocions que els artistes dels segles passats no

²⁵ Almendros, Néstor. *Días de una cámara*. Seix Barral 1983.,12 Primer director de fotografia espanyol a obtindre un oscar de fotografia a Hollywood, l'any 1978 per "Días del cielo" dirigida per T Malick.

²⁶ Almendros. 1983. Op. Cit.,7.

podien concebre abans de l'arribada de l'electricitat ".²⁷ :

Gerald Millerson, més pragmàtic i com autor dels manuals tècnics oficials per aquells que volen entrar a la televisió estatal planteja clarament des de l'inici les funcions de la il·luminació :

"[...]la il·luminació tant en televisió com en cinema té un valor més gran que el simple "fer visible les coses". Una hàbil il·luminació permet decidir i manipular la impressió que suggereixi l'escena. Això s'aconsegueix controlant acuradament la intensitat i la qualitat de la llum, mitjançant ajust del seu angle i cobertura. La flexibilitat de la llum és una de les propietats màgiques que facilita el seu control".²⁸

És important el concepte de flexibilitat. A la llum se li pot fer el que es vulgui, és molt manejable i a la vegada una energia generosa.

Loisseleux, director de fotografia que ha desenvolupat la seva carrera a França, ens exposa, amb termes menys tècnics uns conceptes equivalents als de G. Millerson. Referint-se a qualsevol font de llum : "Si aquesta llum varia en la seva qualitat, quantitat o orientació, tindrem una percepció diferent i, per tant, una altra emoció en contemplar aquest objecte. En la foscor, aquest mateix objecte il·luminat per una espelma es percebrà també de forma diferent, etc."²⁹

Però també ens ofereix una conceptualització de la llum en el cine a cavall entre les dues opcions anteriors, en el que amplia les seves accepcions, portant-la més enllà d'apreciacions tècniques.

En les definicions de "llum", a més de les consideracions tècniques, Loisseleux hi inclou consideracions psicològiques i culturals, una cultura que està en el saber del director de fotografia, que el situa en el seu temps i que el fa coneixedor dels usos històrics de la llum allà on l'art s'hi ha manifestat, sigui pintura , literatura, llenguatge, arquitectura, inclosa la música.³⁰

En resum, veiem que l'especialització vers la direcció de fotografia ha estat un procés gradual, molt lligat als usos de la llum i a les aportacions tècniques, fins arribar a un professional que li cal estar immers en el món que l'envolta i ser bon coneixedor de diferents manifestacions artístiques, tal com diu Néstor Almendros, el qual era llicenciat en Filosofia i Lletres: "per a mi, les qualitats principals d'un bon director de fotografia són la sensibilitat plàstica i una sòlida cultura"³¹.

²⁷ Alekan, Henri. *Des lumières et des ombres*. Ed Librairie du Collectionneur 1991., 8 : "Nous vous proposons d'étudier le mécanisme créatif de la lumière et ses profondes répercussions émotionnelles sur l'homme, en partant de la "lumière vécue" par lui- la lumière solaire- pour aboutir à la "lumière figurée", celle des peintres et cinéastes.

Ce livre expose comment l'éclairage artificiel devient art de la lumière, soit en se modulant sur les rythmes solaires, soit en s'y opposant, afin de développer sa propre originalité, qui engendre des émotions que les artistes des siècles passés ne pouvaient concevoir avant l'avènement de l'électricité". [trad.pròpia].

²⁸ Millerson, Gerald. *Iluminación para televisión y cine*. IORTV Instituto Nacional de Radiotelevisión Española 1994., 4. Aquest llibre i el dedicat a la realització en vídeo i cine són els llibres oficials dins la formació necessària per accedir a TVE.

²⁹ Loisseleux, Jacques. *La luz en el cine*. Ed Paidós (col·lecció Cahiers du cinema) 2005., 5 [trad.pròpia].

³⁰ Loisseleux. 2005.Op. Cit., 5 : El término "luz" en cine abarca tres significados estrechamente imbricados: El primero es técnico. Es la cantidad y la calidad de los rayos luminosos del sol o de un afuente de luz artificial que que calificamos con la ayuda de unos términos precisos: la luz es *elegida, medida, coloreada, dirigida, degradada, polarizada*, la *dominamos* y a menudo la *esperamos*, la *capturamos*. [...] La segunda significación es de orden psicológico, porque es posible considerarla como la representación de las variaciones emocionales que ella misma nos induce en la realidad. Si existe una verdad de la luz en el cine, es que nos da *aver*, nos *conmueve*, y no *shace* comprender. [...] El tercer significado de la palabra "luz" en cine es cultural. Para construir la luz de una escena, el director de fotografía apela a su cultura estética, a sus referencias a la pintura, a la foto, a la literatura, e incluso a la música, al lenguaje y a la arquitectura.

³¹ Almendros. 1983. Op. cit.,19

Un professional, doncs, que té en la llum generada elèctricament una eina molt flexible i modelable i que, a partir del domini i control d'una sèrie de propietats li facilita poder realitzar, amb implicació i eficàcia, unes imatges dirigides al món de les emocions.

Aquestes propietats, que nomenarem "propietats controlables de la llum", les podem resumir essencialment en quatre mots i que seguidament explicarem: Qualitat , quantitat, direcció i temperatura de color.

4.2.3 Les propietats controlables de la llum

Aquestes quatre propietats, qualitat, quantitat, direcció i temperatura de color, es desprenen essencialment de la observació de la llum del dia , i son la base de la flexibilitat i generositat amb la que es comporta la llum per fer-nos veure i sentir el mon i la matèria. No oblidem que les emocions que tenim emmagatzemades, en bona part ja estan ancorades en la llavor genètica, fruit de milers d'anys, i que des de que naixem , el que veiem , sigui el que sigui, a l'hora que sigui, on sigui, ha anat creant un cervell emocional de capes molt profundes i es el que determina les nostres accions.³²

Aquestes quatre propietats que presentem per separat però que actuen juntes amb més o menys proporció i presència ens ajudaran a desvelar l'arquitectura bàsica del comportament de la llum, i entendre-les constitueix una eina bàsica tant per il·luminar com per analitzar la llum de les imatges.

Qualitat de la llum

Fa referència a la seva duresa o a la seva suavitat. Per explicar-ho senzillament Alekan ho exemplifica amb la llum del sol³³. El sol directe és una llum dura, crea ombres molt marcades i senyala clarament la seva procedència i les formes del objecte. La llum filtrada pels núvols és una llum sense una procedència marcada , que ho banya tot d'una manera més o menys uniforme , aquesta és una llum suau. Nosaltres, amb eines d'il·luminació, podem imitar aquestes dues llums , per exemple un focus incandescent directe ens donarà una llum dura , i un fluorescent una llum suau. Al primer cas direm que és una font de llum dura i la segona de llum suau. La primera la podem filtrar de manera a convertir-la en suau , si ens cal , en canvi la llum suau és mes difícil concentrar-la.

Per tant tenim dues qualitats de la llum: dura i suau i disposem de fonts de llum dura que son fàcilment suavitzables amb l'ús determinats filtres i fonts de llum suau, que son de més baixa intensitat però abasten més superfície.

Quantitat de llum

Aquesta propietat controlable esta directament relacionada amb la intensitat, i és la que determina el grau de "sensació lluminosa" que veiem en una imatge. En una situació de llum de dia l'ambient lumínic serà més alt que en un ambient nocturn. Tot i que aquesta qualitat també està relacionada amb propietats fotogràfiques com és el grau de definició o les zones d'enfoc: si volem més zones enfocades ens farà falta més llum, encara que el resultat final sigui de penombra. Per les necessitats d'anàlisi d'aquest treball farem servir la primera opció. Determinar si una imatge té molta profunditat o poca, si hi han moltes zones d'enfoc o poques, en aquest cas no és rellevant.

Direcció

Aquesta propietat esta directament relacionada amb la nostra experiència. Qui de nosaltres no sap quina hora del dia és per la forma de les ombres que la llum del sol projecta al terra. Potser no en som sempre conscients però sabem la diferencia entre matí, migdia i vespre, és una informació ben ancorada en el nostre cervell.³⁴ Aquesta propietat està directament relacionada amb la percepció del temps. La forma i direcció de les ombres , determinades per la procedència de la font de llum, per tant per la seva direcció, son un indicador temporal de primer ordre , sobretot quan reproduïm situacions amb llum dia real o simulada amb eines per il·luminar.

³² Mora. 2011.Op. Cit., 33 : " El proceso por el que reconocemos el mundo externo tiene su base primigenia: está en los genes. Genéticamente ya traemos la preorganización cerebral para ese reconocimiento. Sin embargo, para que tal potencialidad sea un hecho necesita de nuestro contacto con el mundo desde el mismo nacimiento, es decir, del aprendizaje constante a través de prueba error. Y es de esta manera que esa realidad se construye en un proceso activo, en el cerebro"

³³ Alekan, Henri . 1991. Op. cit ., 27

³⁴ Mora. 2011. Op.cit., 50 De todos estos ritmos quizá lo que llamamos circadianos ("circa-dia", "alrededor-del-día") sean los más significativos y cercanos a nuestro devenir en el mundo. ...Este ajuste está en las señales externas que le llegan por la luz del sol.

La direcció també juga un paper important en la definició de les textures i les formes, la disposició de les llums poden ajudar a reforçar-les o a fer-les més planes. Com exemple una observació: quan els sol esta baix, sigui de matí a de tarda , qui no recorda tindre la impressió de percebre amb més volum les coses, sigui a la ciutat o el camp. En aquest exemple estem parlant de la direcció de la llum solar determinada per la baixa posició respecte l'horitzó. Aquesta observació aplicada amb qualsevol il·luminant i a altres escales més reduïdes també funciona.

Temperatura de color

Aquesta propietat també és indicadora de temps i a la vegada determina en gran mesura la reproducció dels colors en les imatges. La temperatura de color indica si la llum blanca, amb tots els seus components, l'espectre sencer, "decanta" més vers els colors taronges , o vers el blau . En el primer cas direm que és una llum ataronjada, inclús càlida, com la del capvespre, o com un interior que utilitza una bombeta elèctrica, o es mes aviat blavosa com a certs moments del dia o el capvespre, en aquest cas direm que és una llum més freda. Quan la llum del sol esta al seu zenit es quan més blanca es percep, sense cap mena de "coloració ".

Depenent de la temperatura de la llum els colors es perceben i es reproduueixen de diferent manera, i això també és per nosaltres un gran indicador temporal.

Si a aquesta llum ataronjada, li afegim la direcció rasant de l'exemple anterior , ningú dubtarà que està en el capvespre i que la llum del sol s'està acabant. Antigament s'acabava el dia, donat que no es disposava de tanta llum per seguir amb l'activitat.

En canvi si a la mateixa llum, amb la mateixa direcció aconseguim donar-li un to més blanc- blavós ningú dubtarà que estem al matí.

4.2.4 Sobre la llum nocturna

Tenim doncs un esquema bàsic d'il·luminació, que podem fer servir, o no, però que és una base, un punt de partida, fruit de molta experiència i també tenim unes propietats controlables que hem de tindre presents per il·luminar.

, així com unes consideracions sobre la nit. Tot al servei de la creació d'imatges.

Però no hem de perdre de vista que sense la llum no existeixen les imatges, ni les virtuals en el cervell, ni les imatges reals emmagatzemades en un suport. La llarga evolució del cervell s'ha produït acomodant-se a la gran quantitat de llum que aporta el sol, però la nit n'aporta poca de llum, però en els dos casos existeixen uns paràmetres que com ens recorda Gutiérrez³⁵ defineixen l'essència de les imatges: el grau d'exactitud respecte als models reals, el grau d'iconicitat, o realisme de la imatge respecte de l'objecte representat i el grau de complexitat o quantitat d'elements que mostra la imatge, en definitiva, les imatges han de transmetre una informació clara, i les de la nit encara més.

Proposem unes consideracions addicionals sobre la nit, al servei de la creació d'imatges.

Sabem ja com funcionen les quatre propietats controlables de la llum, però, quan arriba la nit o la volem representar hauríem de tindre en compte altres punts:

- La quantitat i direcció ens ajuden a entendre les procedències de la llum, però no són un indicador temporal, de l'hora del dia. El que caracteritza la llum nocturna en general és la multi-polaritat, és a dir no solament hi ha una llum principal, com pot ser el sol durant el dia, sinó moltes llums de diferents procedències.
- La llum diegètica. Per representar la nit, sobretot en escenes de ficció, les fonts de llum es situen a l'interior de la imatge, a l'interior del quadre. Normalment aquestes llums ens representen la llum que encenem quan "a l'exterior" és de nit, però que a efectes de la il·luminació no serveixen, necessiten de reforços fora de quadre en les direccions que elles marquen. Aquestes llums decoratives són llums diegètiques, que estan per servir a la narració.
- La nit, els concerts i els events han aportat moltes maneres d'il·luminar que responen més als estímuls que a la necessitat de claredat.
- Senyalem també que el cinema ha aportat unes llums fantàstiques, sense referent a la realitat, que han servit per il·lustrar el món dels somnis.

³⁵ Gutiérrez. 2002. Op. Cit.,110 : La imagen es posible reproducirla básicamente a través de la luz. Los objetos son reconocibles, en condiciones normales, por el ojo humano a través de dicho factor. Sin luz podríamos decir que no existe la imagen. La imagen puede venir definida por la constatación reiterada de unos parámetros que configuran la esencia de dicha naturaleza: El *grado de figuración* refleja la exactitud respecto a los modelos reales[...]. El *grado de iconicidad* representa el realismo de la imagen con relación al objeto representado. La misma fotografía anterior presentará un mayor grado que un grabado o que una pintura abstracta del modelo representado.[...] El *grado de complejidad* dependerá de la mayor o menor abstracción de una imagen. Cuantos más elementos aparezcan en una imagen, más compleja y completa resultará el modelo representado (las pinturas prehistóricas no tenían como finalidad la representación de una iconicidad sino la significación cultural o expresiva de permanencia).

4.3 Sobre els clips musicals

El videoclip neix essencialment com un producte destinat a la televisió³⁶ per promocionar productes del mercat discogràfic que veu en aquest mitjà una plataforma des d'on relançar i ampliar les seves vendes. Neix en un marc de creixement e impulsat per l'aparició de noves eines audiovisuals, com el vídeo³⁷.

Es una obra audiovisual que, tot i sent hereva de la història cinematogràfica, ho és també del videoart i del seu trencament de l'ortodòxia audiovisual imperant³⁸, trencant tant la narrativa lineal, com la coherència espacial i temporal; *“és un format audiovisual plenament entroncat amb tota una tradició d'experimentació audiovisual des del cinema abstracte dels anys vint i trenta i passa per les primeres pràctiques videogràfiques fins a la més innovadora creació videoartística”*.³⁹

En menys de 40 anys els videoclips han adquirit entitat pròpia, proposant noves formulacions en tots els aspectes que conformen l'audiovisual. Als canvis en la narrativa hi hem d'afegir els canvis en l'ús del muntatge,⁴⁰ de les posicions de càmera, del vestuari, de la capacitat d'actuar dels cantants...unes noves formes que a la vegada han alimentat a la pròpia televisió i a la publicitat.

Així com son evidents els aspectes que hem nombrat, la il·luminació no és un aspecte present en els diferents articles que estudien el tema, però que juga un paper important com veurem més endavant.

En els videoclips hi conflueix tot un desplegament tècnic i artístic al servei de l'eficàcia del missatge: produir emocions.

³⁶ Veiga, Adolfo / Mena, Tracy. *El video clip en constante renovación. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina Quito, Ecuador. número 094, 2006, 46-51.

"Para la década del sesenta, la televisión es uno de los medios más importantes como fuente informativa y de entretenimiento. Paralelamente evolucionan las tecnologías: aparece el video como soporte de grabación, esto abarata costos y da la posibilidad a las televisoras de realizar programas pregrabados"

³⁷ Veiga / Mena. 2006. Op. cit.,47 "A mediados del siglo XX se dan importantes cambios en la escena del entretenimiento mundial. En esos años también la concepción de arte varía, nacen nuevos criterios y movimientos como el *pop art*, *op art* y el *happening*; formas de hacer arte que acogen elementos no tradicionales para crear sus obras, acercando el arte a las masas, abriendo las fronteras creativas y de consumo.

Unificando estos dos fenómenos -el nacimiento del video y la deslimitación del arte- surge la vertiente denominada videoarte. El videoarte hizo que el uso del video no fuera exclusivo de la televisión: los videoartistas tomaron las cámaras y salieron a la calle, llevaron el video a otros campos para experimentar."

³⁸ Sedeño, Ana Maria. *Videoclip musical: materialidad electrónica e influencia del videoarte*. Universidad de Málaga. Área Abierta nº16. Marzo 2007 Referencia: AA16. 0703. 84, 7 : Los dos campos donde el videoarte más influyó y cuya herencia aún se demuestra en numerosos videoclips de música, son las experimentaciones en la interrelación imagen/música y las investigaciones en la temporalidad audiovisual. Article localitzable , DIALNET: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=277914>

³⁹ Sedeño. 2007. Op. cit.,1. [trad.pròpia]

⁴⁰ Vera-Sánchez, Mauricio "Televisión, estética y video clip: la música popular hecha imagen" Artículo en la revista Palabra Clave ISSN 0122-8285 . Volumen 12 Número 2 Diciembre 2009 pags 245-265

P 249 En el video clip se evidencia una progresiva y constante sucesión de imágenes en transiciones encadenadas, lo que constituye uno de sus mayores atractivos formales. Las imágenes, además, se yuxtaponen, incrustan y superponen gracias a la naturaleza misma de la imagen electrónica que está permanentemente haciéndose.

El espectador es sometido a una continua llamada de atención dado el flujo vertiginoso de imágenes que se imbrican imprevisiblemente.

4.3.1 Marc històric. Sobre narrativa i un apunt sobre la llum.

Els clips musicals apareixen doncs en una època de bonança econòmica orientada al consum i per tant també al consum discogràfic, en un marc de desenvolupament tècnic i artístic.

El primer vídeo clip neix “oficialment”, és a dir com un producte parametrizat i dirigit a ser consumit per la televisió, amb total llibertat narrativa i amb l’objectiu de promocionar una cançó, l’any 1975; es tracta de la cançó “Bohemian Rhapsody”, del grup Queen ⁴¹.

Els trets característics d’experimentació i trencament que definíem anteriorment aquest clip ja els conté, té els ingredients que se li demana a aquest nou producte audiovisual : manca de narració, espais no relacionats (en un lloc veiem al cantant i al grup cantant dirigint-se a càmera, i en una altres al grup en un escenari de concert), presència a la imatge del grup i la persona que canta. El muntatge en aquest cas no és precisament ràpid però sí té una il·luminació especial, en aquest aspecte sí que hi podem trobar una influència cinematogràfica.

Bohemian Rhapsody, des de l’inici, es basa molt en la llum; comença amb les quatre siluetes dels quatre integrants del grup, el fons es blanc i els quatre caps s’hi veuen retallats, mentre la lletra diu : “Això és la realitat ? O és fantasia ?” ⁴²

Amb la manera d’il·luminar, insòlita a la televisió, on tot cal que es vegi molt clar, reforça les preguntes de la cançó. Dues estrofes més i la veu diu “obre els ulls”, i en aquest moment la il·luminació canvia , en directe, diríem que en pla seqüència, per apagar el fons i il·luminar als quatre personatges amb una llum zenital que no deix veure bé els ulls i que , curiosament, recorda la il·luminació de certs moments de “El Padrino”, una pel·lícula que es va estrenar un any abans, el 1974. Recordem com li va costar al seu director de fotografia, Gordon Willis, entre altres, trencar la ortodòxia de Hollywood en aquest aspecte.

Després apareix un espai que recorda l’escenari d’un concert, amb la càmera oferint imatges des d’una posició baixa, en contrapicat, que deix veure els focus penjats, filtrats de diferents colors. Una situació que va mostrant als diferents integrants del grup en situacions d’interpretació, cadascun amb la seva especialitat e instrument.

El clip va combinant aquestes dues situacions⁴³: els quatre personatges en silueta o amb llum zenital i la situació de concert afegint a moments efectes de fum que en termes d’imatge també va ser una innovació , donat que també es començaven a comercialitzar aquests aparells destinats a la escena.

Mirant en detall aquest clip ja hi hem observat la importància de l’ús de la llum, i també la presència del cantant. Val a dir que mostrar concerts no era una cosa nova a la televisió, i és el vídeo clip el que integra o pren el relleu de mostrar aquestes imatges incloent-les

⁴¹ Veiga / Mena . 2006. Op. cit .,48 : “ En 1975 sale al aire *Rapsodia Bohemia* del grupo *Queen*. Este video, realizado por Bruce Gowers, tuvo un gran éxito y causó altos niveles de ventas de su álbum; además fue transmitido en diversos programas televisivos, esto, más su carácter comercial, son los puntos principales por lo que es considerado el primer video clip. El *boom* definitivo de estos productos se da con la creación de MTV en 1981, cadena dedicada a la transmisión de videos musicales,

⁴² Queen. “Bohemian Rapsodhy” (<http://www.youtube.com/watch?v=fJ9rUzIMcZQ>)
Is this the real life? Is this just fantasy?! Caught in a landslide / No escape from reality /*Open your eyes / Look up to the skies and see...*

⁴³ Vera-Sanchez. 2009. Op. cit., 247 “ Inconstancia que para Raúl Durá Grimalt (1998) es una de las propiedades “divinas” del clip, al permitir que el cantante, por ejemplo, pueda reproducir su presencia en múltiples espacios y tiempos al interior del relato y sin ninguna lógica lineal. El cantante está en un permanente juego de apariciones-desapariciones en cualquier momento y lugar sin necesidad de justificación alguna. Mediante este recurso se ejerce un pleno poder de ubicuidad, y al ser ésta una propiedad tradicionalmente reservada para la divinidad, equipara al cantante con Dios.”

en la seva narrativa.⁴⁴

Com a tret important també hi observem la importància de la correspondència entre el que diu la lletra i el que mostra la imatge, així com la importància de la sincronia labial del cantant. En l'exemple de "Bohemian Rhapsody", just en el moment en que la lletra diu "obre els ulls", canvia d'il·luminació i encara que els personatges no es percebin del tot bé ja hi trobem la característica essencial definitiva del videoclip: que la imatge estigui al servei de la música, no a l'inrevés, com estàvem acostumats amb el cine on els passatges musicals serveixen per enfortir o complementar el discurs de la imatge. Senyalem que en el videoclip les imatges es realitzen després de la música.⁴⁵

Que la imatge estigui supeditada a la música i a la sincronia són potser les pedres angulars de la construcció dels videoclips. "Però al mateix temps, i encara que resulti paradoxal, les imatges amplien el sentit de la música, li aporten matisos, dialoguen amb ella i obren una via de significat potser abans inimaginada. Aquesta doble naturalesa del vídeo musical, limitadora i alhora expansiva, li atorga un peculiar valor afegit."⁴⁶

⁴⁴ Sedeño, Ana María. *Cultura de la escucha y videoclip musical: aportaciones de este formato audiovisual a la recepción de la música popular*. Universidad de Málaga, España. Revista F@ro N°15 (2012) - Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha Valparaíso, Chile | e-ISSN 0718-4018., 3: "En efecto, el concierto como visión y vivencia directa de la puesta en escena musical y, más tarde, el cine a partir de su etapa sonora y la televisión con la programación musical y los conciertos televisados, establecieron una tradición de relación musicovisual que ha llegado hasta nuestra era postmoderna bajo una forma inconfundible: el videoclip musical se ha convertido en una herramienta de marketing y esto ha provocado que los músicos piensen en sus creaciones visuales tanto como en las musicales."

⁴⁵ Rodríguez, Adrián. *El lenguaje del videoclip*. Article publicat a : <http://adrianrodriguez.wordpress.com/2009/09/14/el-lenguaje-del-videoclip/>
En primer lugar, el videoclip es un género genuinamente televisivo; a pesar que algunas obras se rueden en cine, todas ellas están pensadas para ser vistas ante el televisor. En segundo lugar, el videoclip es un formato audiovisual que integra imagen y una única pieza. Puede contener también palabras o incluso breves fragmentos dramáticos sin acompañamiento musical, pero en cualquier caso todo videoclip contiene imágenes y una única canción. Esto es lo que lo diferencia del género musical, que podría entenderse de algún modo como una sucesión de clips interrumpidos por momentos dramáticos. Además, en el videoclip, las imágenes se producen posteriormente a la composición de la canción.

⁴⁶ Rodríguez, Adrián. Op.cit., 2

4.3.2 El temps i la velocitat

Un videoclip disposa de poc temps per captivar al espectador , ha de ser efectiu utilitzant totes les eines disponibles⁴⁷, els realitzadors han de ser creatius⁴⁸ per presentar unes imatges que siguin suggestives. Han de ser fàcilment recognoscibles perquè la percepció no hi passi temps en codificar i descodificar i a la vegada emotiu per crear una experiència que es desitgi repetir. D' aquesta manera el clip ha aconseguit un espai propi en el mon audiovisual ⁴⁹.

Per aconseguir-ho són importants les eines de postproducció que permeten fer muntatges sincopats o lents , que permeten comprimir el temps i l'espai i dotar al cantant d'una irreal ubiqüitat, que permeten manipular la imatge, canviant els colors, o la velocitat, com diu Sedeño (2007:8): "Al videoclip totes les velocitats li estan permeses i quan defineix un determinat moment temporal és per modificar la seva naturalesa uns segons després. No obstant això, d'alguna manera, té unes temporalitats preferides: una celeritat general (una intensificació dels estímuls audiovisuals que és la base d'un extrem canvi visual) i un alentiment de l'acció, amb la funció d'intensificar-la i condensar-la". [trad.pròpia]

⁴⁷ Sedeño. 2007.Op. cit., 9: [...] Este ritmo frenético rompe continuamente la coherencia interna del videoclip, con lo que se convierte en un todo heterogéneo, condensado y fragmentado gracias a la música. Las imágenes o banda icónica recogen de la música esa libertad para dejar de ceñirse a los cánones académicos de continuidad espacio-temporal (tal como los siguen los modos representativos y narrativos del cine de Hollywood): sirve para contraer el espacio-tiempo y para dilatarlo. La música es la que nos hace aceptar una duración eternizada a través del montaje, sin "replantear por ello la realidad diegética o llenarla de irrealidad", y "comunicando con todos los tiempos y todos los espacios"¹². 12 CHIÓN, Michel (1993): *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós Comunicación, Barcelona, p. 83.

⁴⁸ Vera-Sanchez. 2009. Op. cit . pg 250 En este sentido, la creatividad no está desligada de la técnica sino que, por el contrario, se ubica en el seno mismo del uso y de las posibilidades del aparataje tecnológico, produciéndose una mutua y permanente afectación.

⁴⁹ Sedeño. 2007.Op. cit., 4: [...] El lenguaje del vídeo está dotado de herramientas expresivas diferentes a las del cine y puede crear un nuevo modelo narrativo gracias a la enorme libertad en la utilización de sus estructuras: *spots*, vídeo de creación, videoclips y cabeceras de programas lo hacen con no poco éxito.

4.3.3 Videoclips: Percepció i emoció

En el videoclip tot està al servei d'aquest maridatge essencial de la imatge a la cançó, al menys a la música i al seu ritme, a les seves repeticions, tant sistemàtiques en la música popular.

Les imatges d'un clip creen repeticions, que esdevenen estructurals, és a dir es repeteixen situacions o espais, o situacions de temps, encara que sigui de manera narrativament inconnexa, recordant la estructura, si la té, dels somnis, del món oníric.⁵⁰

Ana Maria Sedeño ens diu que l'estructura d'aquest maridatge entre música e imatge es basa en dos aspectes psicològics diferents, d'una banda en la sinestèsia, qualitat psicològica que fa que es generin imatges o sensacions pròpies d'un sentit però generades per un sentit diferent, com per exemple una sensació auditiva provocant un estat de plaer en el cervell, i de l'altra la sincronia, entesa aquesta com la capacitat de percebre els sentits de manera sincrònica. Es a dir, en el cas dels videoclips, la sincronia entre la imatge i el so, "sent el de sincronia rítmica que respon a l'estructura bàsica de la relació musico visual en el clip musical: es tracta de la basada en punts de sincronia que connecten imatge i so de manera puntual i rítmica i que produeixen cert sentit de coherència textual amb aquest efecte esmentat de indissolubilitat. De nou, es troba aquí un procediment de repetició formal amb objectius plaents, que explica gran part del que l'espectador busca i obté en el consum de música mitjançant videoclips".⁵¹

Tot plegat amb l'objectiu de que la percepció i les emocions que provoquen condueixin a una vivència emocional.⁵²

I si ens podem situar en el món oníric i dels somnis vol dir que estem propers o freg a freg del món emotiu, perquè hem entrat en el sistema límbic, la caixa forta dels somnis, i de les accions. És clar que les reaccions davant de cada clip musical, com davant de qualsevol obra o traça cultural depèn del bagatge de cadascú, de la seva provinença, pertinença i experiència.⁵³

Però el que hom espera d'un videoclip és que li proporcioni una emoció. Robert Pitman, cocreador de la cadena musical MTV l'any 1982 diu "la gent no veu els videoclips per descobrir què és el que va a succeir. Els veuen per sentir-se d'una determinada manera. És un mitjà que augmenta l'emoció. És l'atractiu essencial de la música traslladat a les imatges".⁵⁴

⁵⁰ Rodríguez. Op cit., 5 : "Y para ello nos movemos en una dimensión casi onírica, en un universo simbólico que apela a nuestro inconsciente más que a nuestra racionalidad lógica.

Ligada a la importància del inconscient apareix la idea de discontinuïtat narrativa. El relat se estructura en el videoclip en forma de *collage*, avança de forma intermitent. Els punts de vista se multipliquen sense respectar la coherència espacial ni la temporal: el videoclip és el rei del *racord* impossible. Però per estrany que pareixi això és alguna cosa que nos resulta natural; lo entendemos con facilidad sin ni siquiera cuestionarlo. Quizás sea porque esta forma de articular la realidad se asemeja mucho a la manera en que trabaja nuestra mente, donde la amalgama de informaciones sensoriales que recibimos se organiza para construir una impresión más o menos definida de lo que nos rodea."

⁵¹ Sedeño. 2012. Op. Cit., 5 [trad.pròpia]

⁵² Sedeño. 2012. Op.cit.,4 "Lo primero que llama la atención en torno a la relación musicovisual en el videoclip es la sensación de indisolubilidad entre tema musical y banda imagen. *En este sentido, es necesario no olvidar un presupuesto fundamental en la razón de ser de todo videoclip: el intento de reconstrucción de una vivencia fuerte respecto al tema musical*".

⁵³ Vera-Sánchez. 2009. Op. cit., 252 " En este sentido el video clip, en su condición estética, permite una cierta inserción afectiva de la audiencia en un contexto cultural particular —el propuesto por el video clip y que, en la mayoría de los casos, es su propio contexto— a través de un código no sólo audio-icónico, sino de las emociones."

⁵⁴ Cita inclosa en l'article de SEDEÑO, Ana Maria 2012 "Cultura de la escucha y videoclip musical: aportaciones de este formato audiovisual a la recepción de la música popular" fent referència al llibre : (Frith, 1988, p. 209).

“D'aquesta manera, la principal funció en què els codis visuals s'interpenetren amb els sons és l'estructural, per tal de produir una fruïció (recepció) plaent del discurs musical en promoció.”⁵⁵

Per tant veiem d'una manera reiterada i des del món acadèmic com el principal objectiu del clip es produir una fruïció, de manera que sigui fàcil accedir al sistema límbic, aquesta part del cervell que en fa decidir les nostres accions, en aquest cas, tornar-lo a escoltar, o adquirir un disc, o anar a un concert , o a repetir l'experiència de veure el clip o escoltar la cançó.

⁵⁵ Sedeño. 2012. Op. cit ., 209.

4.3.4 Recapitulant sobre els videoclips

A la frase anterior “el principal objectiu del clip es produir una fruïció” hi podríem afegir “com sigui”, i a més que s’acabi “amb ganes de repetir-la”.

Frase que quedaria: El principal objectiu del clip es produir una fruïció, com sigui, amb ganes de repetir-la.

I per aconseguir-ho ja hem vist com el clip esta inserit en el mitjà de comunicació de masses i popular més potent que es pugui imaginar, hem vist quines son les eines dels clips, quina és la seva funció, el seu origen, la seva necessitat compulsiva d’oferir creativitat i d’agradar. Però tot i això no està comprovada totalment la seva eficàcia comercial per la que van ser dissenyats o pensats en un inici.

En canvi esta comprovada la seva aportació narrativa, els nous codis, el seu èxit, aportant noves maneres, més àgils i ràpides, de llegir e interpretar les imatges, sobretot en les generacions més joves, que han seguit més a prop el fenomen.

Adolfo Veiga i Tracy Mena li auguren un camí d’independència més pronunciat encara: *“La música y la pintura, hace tiempo se desprendieron de la narración clásica, dejaron de contar historias. Quizás el videoclip esté en el camino de darse por completo esa libertad y así crear un lenguaje que, liberado de la necesidad de contar, experimente con la unión de dos sentidos básicos para el ser humano: vista y oído”*⁵⁶

Hauríem d’afegir que els clips i la música en general tenen una nova vida amb l’arribada del suport digital, els clips tenen una segona vida a la xarxa, a Internet, principalment en el portal Youtube, en el qual s’estima que hi han penjats uns 20 milions de videoclips, i on un uns comptadors donen fe de les visites que reben cadascun.

Aquest èxit massiu també fa qüestionar la seva qualitat artística, o millor dit “densitat” artística, com diu Maurico Vera Sanchez.⁵⁷

Nosaltres hem analitzat el que és considerat el primer videoclip de la història “Bohemian Rhapsody” dels Queen, i l’anàlisi ens ha proporcionat una dada que busca confirmar la recerca: la importància de la il·luminació.

La il·luminació que ens mostra “Bohemian Rhapsody” no és especialment nocturna, ni diürna tampoc, potser aquesta ambigüitat lumínica la caldria afegir com a característica narrativa dels clips, junt amb la manca de coherència temporal i espacial, unes característiques que, com veiem, son “fundacionals” del videoclip.

De fet utilitzar unes il·luminacions no realistes permet obrir un món de possibilitats a explorar.

Per tant:

- El videoclip és un producte destinat a la televisió, per tant inserit en un sistema de comunicació de masses.
- D’un videoclip s’espera que produeixi una emoció, i també ganes de repetir l’experiència.
- Un videoclip no respon a la narrativa clàssica del cinema, però està a la recerca constant de noves maneres d’exposar el seu contingut.
- L’èxit dels videoclips es més creatiu que comercial, basat en la seva recerca constant de noves maneres d’expressar-se.

⁵⁶ Veiga/Mena .2006. Op. cit ., 50

⁵⁷ Vera. 2009. Op. cit.,246 “En este sentido, podríamos estar en parte de acuerdo con Wind al reconocer que en los medios audiovisuales se halla hoy una explosión de oscuridad creativa que gana cada vez más en difusión masiva pero pierde en densidad artística. Resultaría atrevido decir que lo que hoy circula por las pantallas cinematográficas, y en especial televisivas, es de un valor social *per se*, y que el solo hecho de manifestarse y canalizarse allí lo legitima como un bien cultural de singular relevancia.”

5 • Metodologia

La metodologia prevista es directa, a través l'anàlisi de documents audiovisuals, en aquest cas amb el visionat de múltiples clips.

Els paràmetres utilitzats es descriuen en els següents subcapítols: un destinat a explicar els paràmetres del visionat dels videoclips, és a dir, quins criteris s'han fet servir en la seva selecció. En segon lloc els paràmetres que ens permeten classificar els diferents tipus d'il·luminació existents, a partir de la descripció de cada tipus i atorgant-li un nom a cadascun.

Aquests dos grups de paràmetres ens portarà a crear una taula classificatòria de la informació en il·luminació dels clips visionats per aquest treball.

Per tant el resultat cercat serà una taula on diferents dades permetran quantificar els diferents tipus d'il·luminació que s'han fet servir en la realització dels videoclips visionats.

Amb l'anàlisi d'aquestes dades es podrà saber fins a quin punt és necessària o no la il·luminació artificial i fins a quin punt hi és present la nocturnitat en els seus continguts.

5.1 Paràmetres i criteris per el visionat dels videoclips

Com hem vist anteriorment el videoclip és un producte que neix destinat a la televisió, per tant com a criteri essencial i necessari és que tots els clips vistos en aquest treball procedeixen d'aquest mitjà. Amb els criteris o reflexions següents:

- El fet de restringir-ho a la televisió fa que la selecció i anàlisi tingui més objectivitat donat que no intervenen paràmetres de gustos personals o relacionals. Això obliga a seguir una programació destinada a tots els públics, amb uns resultats més objectius.
- La televisió triada esta situada en el nostre àmbit cultural i territorial. La televisió catalana disposa d'un canal que emet videoclips, concerts i documentals relacionats amb la música les 24 hores: el canal RAC 105.
- La quantitat de clips autoproposada és de 100.
- El visionat s'ha realitzat a diferents hores del dia i durant diferents dies a la setmana, però durant una hora seguida en cada sessió. En aquest espai de temps (1h.) es poden veure uns 15 clips, com que l'autolimitació d'aquesta recerca eren de 100 clips, s'han emprat 9 hores de visionat directe a la televisió, amb un total de 90 clips. Els deu restants han sigut clips proposats per alumnes a classe, fins arribar als 100. Aquest nombre també es justifica perquè a partir del 50è clip ja es comencen a repetir les difusions, augmentant el percentatge a mesura que es va visionant durant més temps.
- Cal afegir que tots els clips han sigut revistats a Youtube, per verificar noms, dates, autors, donat que amb la velocitat de la televisió i de vegades amb títols llargs no permetia recollir les dades, aquest treball addicional de revistat i verificació, ha proporcionat unes dades que al principi no es tenien previstes, com és el nombre de visites rebudes per cada clip, una dada que també ha sigut important per un aspecte de l'anàlisi final.

Resumint:

Visionat de 100 clips. / Visionats només de la TV (RAC105) / Visionats d'una hora seguida cada vegada / Verificació de dades i observacions a Youtube /

5.2 Paràmetres per classificar els diferents tipus d'il·luminació

En aquest apartat establim els paràmetres que ens permeten classificar diferents tipus d'il·luminació existents.

A partir de la descripció de cada tipus hi atorguem un nom a cadascun.

Una primera classificació bàsica és veure si la llum és natural o artificial, grups que nomenarem amb lletres majúscules:

A- Llum natural. La que procedeix directament del Sol, sigui directa o a través dels núvols o reflectida en qualsevol superfície. Podem dir que la llum del dia és llum natural.

B- Llum artificial . És la que genera qualsevol font de llum de procedència no solar, com pot ser-ho una espelma, i més estès actualment qualsevol llum generada amb electricitat. Actualment totes les llums artificials d'un plató de filmació estan generades per l'electricitat, el que permet el seu total control, a diferència del origen del cinema on la llum procedia del sol.

De fet la primera font de llum artificial creada per l'home és el foc. Cal recordar que el seu domini, per part humana, data d'uns 500.000 anys i que aquesta font de llum ha durat fins fa un segle, aproximadament, fins l'adveniment de l'electricitat. El foc com a font de llum també està present en moltes situacions descrites en la cinematografia i la televisió , per tant també en els vídeo clips. L'ús de fanals, torxes, espelmes,...fan referència al foc com a font de llum.

A continuació establim dos grups, que nomenem amb xifres, segons si és llum de dia o llum de nit, segons els paràmetres següents:

1- Llum dia . Recordem que ens referim a la llum del sol més la llum del cel, i que va des de l'alba fins al capvespre. En aquest cas és important aplicar almenys dues de les propietats controlables de la llum (veure cap. 4.2.3 pàg 18), com són la direcció i la temperatura de color que, segons la coloració que tingui la llum, ens permet establir un moment del dia.

2- Llum nit. Tota aquella en què no hi ha traça de la llum del Sol, com són els interiors de les cases sense que les finestres aportin llum , els carrers de nit, locals, concerts...Veurem després que en podem fer subgrups .

A partir d'aquests grans grups:

A- Llum natural B- Llum artificial 1- Llum dia 2-Llum nit

Seguidament anem a veure els subgrups que es formen i que ens ajuden a definir els diferents tipus d'il·luminació.

5.2.1 Tipus de llum dia

Pel que fa a la llum dia només ens surten dos grups (A1 i B1), amb diferents subgrups (A.1.1), (fig. 1) segons les definicions següents:

A1- Llum dia però tot amb llum natural i en exteriors. En aquest cas podem fer servir eines mecàniques com són els reflectors que redirigeixen la llum o palis que tapen direccions del sol no desitjades.

A1.1. Tot llum dia però en interior. Situació en un interior on tota la llum és natural, del Sol i procedint d'obertures a l'exterior com per exemple les finestres o les portes.

B1 – Llum dia però amb presència de llum artificial. Aquest grup contempla la presència de les dues llums, on la llum artificial és un complement o reforç de la natural. Per

exemple en un capvespre al exterior, podem utilitzar una llum de complement per que les ombres no siguin tant pronunciades. O bé estant dins d'un vehicle hi afegim una llum per equilibrar la llum exterior del sol amb l'interior, etc . Matissem que en aquest grup hi podem incloure la il.luminació simulant el dia però feta exclusivament amb llum artificial, en un platò, sense presència del sol.

Grups de llum dia / naturalista /realista :

A1	A.1.1	B1
Exterior. Tota la llum és natural.	Interior. Tota la llum és natural	Exterior o interior amb llum natural i ajudes de llum artificial. Simulació de llum natural però fet a plató amb llum artificial.

Figura 1

5.2.2 Tipus de llum nit (llums nocturnes)

Pel que fa a la nit es podria dir que tot és un sol grup donat que la il.luminació nocturna és tota artificial. L'excepció d'una llum nocturna natural, com és la de la lluna , no la contemplem donat que en vídeo encara no és possible fer imatges "comercials" només amb aquesta font de llum. La fotografia sí que en pot fer, com també en fa amb la sola llum dels estels, però és diferent fer una sola imatge cada vegada, on es pot allargar el que es vulgui el temps d'exposició, que treballar amb imatges en moviment on el temps d'exposició és fixe.

Per tant el grup de nit és el B2. En aquest cas s'hi representa la nit , amb fonts de llum artificials. Però ens convé matissar i subdividir aquest grup, donat que les situacions no són totes iguals :

B2.1 – Llum de nit documental, és a dir unes imatges que utilitzen les llums existents, com poden ser les llums de carrer d'una ciutat, o les dels interiors dels espais que visiten, com un cafè, per exemple. Llum realista.

B2.2 – Il·luminació artificial de plató sense poder saber si ens trobem en el dia o en la nit. És a dir un llum sense temps. Un exemple pot ser una persona cantant , amb una il·luminació que no ens mostra la seva procedència, sense direcció concreta, per tant sense informació temporal. No realista, però tampoc dramatitzant necessàriament.

B2.3- Il·luminació d'un interior de nit en un plató. En aquest cas la presència de punts de llum, com pot ser una pantalla , un flexo , o un fluorescent, anomenades llums diegètiques , en tant que simulen il.luminar. Qualsevol il.luminant a l'interior del quadre de la imatge ens indica la nocturnitat del exterior. Realista.

B2.4 – Il·luminació onírica, inventada. Llum sense referent reals, nocturna , interior. Pictòrica / Irreal.

B2.5- Il·luminació especial. Situacions de concert. Ús d'il·luminants especials , com poden ser els làsers, els focus mòbils, el fum , ..llum espectacular.

Subgrups del grup B.2, de llum artificial:

B.2.1	B.2.2	B.2.3	B.2.4.	B.2.5
Llum de nit documental . Realista.	Llum artificial de plató. Intemporal.	Nit en un plató. Llums diegètiques. Realista.	Onírica. Pictòrica, Irreal.	Especial. Concerts.

Figura 2

5.3 Construcció d'una taula per classificar la llum dels videoclip

Donada la natura imprevisible del videoclip, trencant coherències i lògiques narratives, tal com hem vist en el capítol 4, no ens ha de sorprendre que, molts d'ells, en la seva realització utilitzin diferents tipus d'il·luminació, per tant amb els elements classificatoris dels apartats anteriors construirem una taula que ens ha de permetre saber i valorar numèricament els diferents tipus d'il·luminació utilitzats en els diferents clips.

5.3.1 Apartats de la taula

La taula està dividida en tres grans apartats, que són, d'esquerra a dreta:

- Apartat 1: Quatre columnes Informació sobre l'ordre de visionat, autors, nom del clip i any.
- Apartat 2: Vuit columnes que indiquen els diferents grups d'il·luminació que hem establert en els apartats anteriors.
- Apartat 3: Una columna amb la paraula repetició, que indica si un clip ha sigut repetit en la seva difusió.
- Apartat 4: Dues columnes amb informació d'Internet. Una amb l'adreça electrònica al canal youtube, l'altra amb la xifra indicadora del nombre de visionats que ha tingut en aquest canal.

La figura 3 ens mostra una imatge d'exemple de com és la capçalera de la taula i un clip d'exemple :

				Llum Natural		Llum Artificial					repetició			
				A1	A1.1	B1	B.2.1	B.2.2	B.2.3	B.2.4	B.2.5	R		
ordre	cantants	Nom del clip	Any	Interior amb llum natural	Interior amb llum artificial	Exterior amb llum natural	Exterior amb llum artificial	Exterior amb llum artificial nocturna	Exterior amb llum artificial diürna	Exterior amb llum artificial diürna nocturna	Exterior amb llum artificial diürna nocturna		Adreça	Visites
7	The offspring	Cruising California	2012	1	1		1			1			https://www.youtube.com/watch?v=FAIZyjmclM	2.853.390

figura 3

5.3.2 Procediment d'ús de la taula

Prenent l'exemple de la figura tres podem saber quin és el procediment per analitzar les llums de cada clip.

En aquest cas és el clip visionat en setè lloc, del grup Offspring i la cançó titulada "Cruising California", de l'any 2012. Seguidament veiem diferents "1" en diferents columnes relacionades amb la il·luminació, indicant les llums d'aquest clip determinat. En aquestes columnes de classificació de llums hi posem un 1 indicant que aquell clip utilitza aquella mena d'il·luminació o la deixem buida si no l'utilitza.

En l'exemple veiem que utilitza 4 tipus d'il·luminació , dues naturals i dues artificials, les primeres tant en interior com en exterior, i de les artificials , d'una banda una de nocturna realista, i l'altre inventada i onírica.

Després trobem l'adreça de youtube i en la darrera columna veiem que en el dia de visionat havia obtingut gairebé 3 milions de visites.

Quan hàgim visionat els 100 clips i marcat en cadascun d'ells els diferents tipus d'il·luminació podem procedir a sumar els "1" de les diferents caselles. D'aquesta manera obtindrem una quantitat determinada per cada tipus d'il·luminació. La suma de totes les quantitats de les columnes serà superior a la quantitat de clips visionats, que són 100, donat que cada clip fa servir més d'un tipus de llum.

6 Les dades obtingudes

Una vegada fet el visionat dels clips i anotats els diferents tipus d'il·luminació que s'hi reflecteixen hem obtingut la taula de l'annex 1 de les pàgines ...i

El resultat de la suma de les diferents columnes de la taula obtinguda queda reflectida a continuació, en la figura 4:

TOTAL TIPUS DE LLUMS	Subgrups	Llum Natural		Llum Artificial					
		A1	A1.1	B1	B.2.1	B.2.2	B.2.3	B.2.4	B.2.5
263	Quantitat	42	36	29	25	39	32	28	32
	Percentatges	16,0	14	11,0	9,5	14,8	12,2	10,6	12,2
Total Percentatge llum natural	30								
Total Percentatge llum artificial	70								

figura 4

6.1 Observacions de les quantitats de la taula

A continuació fem un desglossament de les quantitats que veiem en la figura 4:

- En primer lloc, a la part superior esquerra, veiem que la suma total dels diferents tipus d'il·luminació és de 263, el que situaria la mitjana de les maneres d'il·luminar diferent per cada clip en 2,63. Podem dir doncs, arrodonint, que els clips utilitzen de mitjana 3 tipus d'il·luminació diferent en la seva construcció.
- A la part superior dreta hi trobem els dos grans grups de llum natural i llum artificial, amb els diferents subgrups d'abaix i les diferents quantitats obtingudes de cadascun, també el percentatge de cada subgrup, sobre el total de tipus de llums que ja hem vist (263).
- En les dues últimes línies hi trobem reflectit els percentatges corresponents als dos grans grups d'il·luminació, un 30 % per el grup de la llum natural, és a dir que utilitza la llum del dia i que es correspon amb la suma dels percentatges dels seus subgrups, un 16 % per l'A1, i un 14 % per A1.1. El grup de llum artificial obté un 70 %, més del doble que el de la llum artificial.

6.2 Anàlisi de les dades

- Veiem quan important és la presència de la llum artificial, present en un 70 % de casos.
- En contraposició veiem que el subgrup més abundant de tots és el de la llum natural sola, amb un 16 % (grup A1) i després el grup B.2.2 (Llum artificial de plató. Intemporal.) amb gairebé un 15 %.
- En el grup B.1 s'hi barregen els dos tipus d'il·luminació, natural i artificial. Per tant si sumem totes les quantitats en les quals està present només la llum artificial nocturna, sense traça de llum dia, sigui realista o no, interior o exterior, és a dir totes les llums dels grups B.2, tenim un subtotal de 59 %, amb una quantitat de 185. Aquesta dada ens dona la importància de la presència de la nit i per extensió de la nocturnitat.
- Dins del grup de llums artificials, les llums que hem classificat com irreals, oníriques o inventades (B.2.4), és a dir llums sense referent real, signifiquen un 10,6% del total, i un 15,2 % del grup de llum artificial. El que ens indica un ús d'aquest tipus de llum gens menyspreable. En aquest grup també hi incloem l'ús de llums de colors per mostrar el contingut de les imatges.
- De fet és en la il·luminació de concerts, el grup B.2.5, amb més d'un 12 % sobre el total on hi trobem llums més injustificades i estranyes, que poden ser irreals, oníriques, o només estimulants, quelcom que ja trobàvem en el primer clip, el del grup Queen, només que ara existeix una gran diversitat de possibilitats i efectes amb els quals il·luminar.
- L'aspecte realista de la llum nocturna (B.2.1_9,5 % (Llum de nit documental . Realista.) + (B.2.2_14,8 % (Llum artificial de plató. Intemporal),+ (B.2.3_12,2 % (Nit en un plató. Llums diegètiques. Realista), representa un total del 36 %, el que és un clar indicador de la presència de la realitat nocturna que vivim en la nostra societat. Una realitat nocturna que veiem representada en la iconografia dels clips de manera realista, i que està destinada a fer entenedores i clares les imatges, encara que sigui de nit.
- Cap clip fa servir un sol tipus d'il·luminació, el que ens porta a confirmar que aquesta diversitat o varietat en les maneres d'il·luminar és molt important en la narrativa del vídeo clip, constituint un element essencial en la seva fabricació, i donant respostes sempre diferents i reforçant aquesta natura imprevisible, il·lògica e incoherent del videoclip.

Però tot i aquesta darrera afirmació veiem que, encara que les llums siguin inventades, no-realistes, la claredat de la informació és una constant. El missatge s'ha de veure molt clar i la proposta, per més innovadora que sigui, no ha de dificultar la bona percepció del missatge, ni distorsionar-lo.

Com exemple del què diem pot ser el clip nº 32, de la taula 1⁵⁸, de Patricia Keys, titulat "Girls on fire", un clip amb una alta audiència i amb una realització acurada i d'alt pressupost, la il·luminació més utilitzada, dins de les que s'hi alternen, la podem classificar d'onírica e inventada. La cantant es troba en diferents situacions, però en la primera està il·luminada amb llums de colors que no corresponen a cap experiència real, ni a un decorat possible, dominen el verd i el groc, després s'hi afegeix el vermell. Les proporcions de color són agradables, no volen indicar cap ambient estrany. Però, si hi busquem un esquema de llums, trobem que és molt clàssic, amb un contrallum molt accentuat i l'espai ben clar. En definitiva, una il·luminació clàssica, amb un element experimental com és l'ús de les llums de colors. Amb un resultat més que acceptat, només cal veure el nombre de visites. No volem dir amb això que l'èxit vingui de la il·luminació, és la cantant qui crida l'atenció i la veu, i la música en primer lloc.

Recapitulant, veiem que la presència de la llum artificial en els videoclips es molt majoritària i que les llums nocturnes, siguin tretes de la realitat, o siguin inventades, reflectint una realitat humana que va en augment, hi juguen un paper molt important.

⁵⁸ Per veure qualsevol clip des de l'ordinador, amb connexió a la xarxa, només cal clicar l'adreça de youtube corresponent. Encara que sigui en format PDF l'hipervincle funciona.

6.3 Youtube i una petita investigació addicional

Amb la informació suplementària obtinguda de Youtube, que proporciona el nombre de visites de cada clip, s'ha volgut investigar una nova classificació.

S'ha realitzat un nou llistat classificant els clips a partir de la quantitat de visites rebudes a youtube⁵⁹ i si mirem els 8 primers, amb més de 100 milions de visites cadascun, podem observar que, en aquest grup de videoclips, la presència del grup de la llum natural és majoritària, és a dir la il·luminació pertanyent als subgrups A.1 (Exterior .Tot llum natural), A.1.1 (Interior .Tot llum natural) i B.1 (Exterior o interior amb llum natural i ajudes de llum artificial. Simulació de llum natural però fet a plató amb llum artificial.)

Per tant trobem una presència majoritària de la llum dia en els clips que formen part de les preferències massives dels usuaris.

És una observació que aquest treball no esperava, tot i que no contradiu el que dèiem al començament sobre l'ús mixt de tipus d'il·luminació, només cal que mirem els clips que venen després en aquest segon llistat, els quals només tenen desenes de milions de visites, i veurem que la tendència s'inverteix totalment, és a dir que hi ha una majoria clara de clips fets amb llum artificial.

Val a dir que aquestes quantitats relatives a les visites a Youtube varien ràpidament, en el moment d'escriure aquest text, el segon de la llista ja té 30 milions més de visites.

⁵⁹ Veure Taula 2 , pàg 40

7 Conclusions

Donats els resultats volem proposar de separar aquest capítol en dos àmbits, un tècnic, fruit de l'anàlisi de les dades, que per si soles ja proporcionen molta informació i d'una altra proposar un conjunt de reflexions i valoracions que se'n deriven del treball i que condueixen a unes portes que es podrien obrir i a unes preguntes que potser es podria buscar respondre.

7.1 Valoracions tècniques

En aquest apartat podem començar recordant els motius de la nostra recerca, “ L'objectiu principal és esbrinar la relació entre els videoclips i la nocturnitat. Volem demostrar que la presència de la nocturnitat i per tant l'ús de la llum artificial és essencial en els videoclips”.

I les questions que se'n derivaven:

- Està present la nocturnitat en els continguts dels videoclips?
- És important la llum artificial per il·luminar els espais que mostren els videoclips? O és més important la llum del dia ?
- Els clips proposen altres il·luminacions de tipus oníric o imaginària per potenciar la seva originalitat?

Les respostes tècniques a la nostra cerca inicial, amb quantitats mesurables, com ja hem vist en el capítol de l'anàlisi de dades, son positives de manera aclaparadora: un 70 % de la il·luminació és artificial, i un 36 % utilitza una llum nocturna realista , és a dir creïble i pròxima a la realitat que vivim , sobretot a les nostres ciutats, perquè el videoclip és essencialment urbanita.

Però si bé amb paràgraf anterior ja responem a la pregunta inicial, les dades obtingudes ens permeten anar més enllà. Dins del grup de llum artificial hi veiem també les llums no realistes, inventades (10,6%), i les dels concerts (12 %), el que ens proporciona una quantitat de gairebé el 23 % de la il·luminació nocturna , no realista.

Això ens dona uns percentatges d'ús de les llums nocturnes artificials i realistes del 36 % i no realistes del 23 %. Aquets dada de llums no realistes és de les més importants, donat que és un tipus d'il·luminació que no es deutora de res, és a dir una llum sense model ni referent, una llum que es va reinventant i a mesura que ho fa pot anar oferint noves maneres de crear imatges. Aquesta és també una llum que hem anomenat onírica o imaginària.

Fins aquí hauríem respòs a totes les qüestions excepte a la que planteja la importància de la llum del dia en la il·luminació dels videoclips. En aquest cas hem obtingut un resultat sorprenent, no previst en el disseny inicial, i que és fruit d'incloure el nombre de visites que tenen els diferents clips a Youtube en el llistat de dades de cada clip i hem vist que els dos que reben més visites estan fets exclusivament amb llum natural. Podem dir que en aquests casos l'ús de la llum no forma part dels elements discursius per cridar l'atenció, està més concentrat l'interès en el personatge que canta, la coreografia, els espais.

D'aquesta infomació es desprén una pregunta: en tots els àmbits culturals els clips respondrien a la present recerca de la mateixa manera ? Cal dir que la recerca esta feta a Europa on hi ha un domini del mon anglosaxò sobre la música queproposa clips, que és essencialment música rock i pop.

7.2 Conclusions, reflexions i preguntes

Els clips musicals necessiten renovar-se constantment, i la il·luminació és un element cabdal en aquest procés, ja ho hem vist amb els números, però cal recalcar que la llum i per tant la il·luminació pot mostrar les coses clarament, com a funció primera, però també pot amagar, suggerir, distorsionar, potenciar, la seva mal·leabilitat està en consonància amb la creativitat.

Cada clip utilitza diferents tipus d'il·luminació en concordança amb els trencaments d'espai i de narrativa que proposa. A cada espai, una llum diferent, a cada moment també. I en aquest aspecte cal recalcar la mal·leabilitat de la il·luminació, per un costat semblant a la pintura, en tant que il·lumina un espai, i de l'altre a la música, en tant que es desenvolupa en el temps, com el moviment.

Però els clips no abusen d'aquesta diversitat, no oblidem que és un producte essencialment comercial, l'important és que la cançó sigui acceptada ràpidament, que produeixi un interès o una emoció concreta en el que ho veu, sigui pel so o per la imatge.

I pel que fa a les imatges, les noves generacions ja van tenint més emocions emmagatzemades en el sistema límbic lligades a la llum artificial i a les situacions nocturnes, donat que cada vegada es viu més de nit, des de fa ja dècades, i una conclusió clara és que els videoclip representen molt l'ambient nocturn. Una vida nocturna que a mesura que passa el temps, i sense que això afecti profundament als nostres ritmes solars, segueix aportant vivències que nodreixen el nostre sistema límbic, enriquint-lo.

Per tant una dada a tindre molt en compte és que la experiència emotiva no solament està lligada al cicle solar sinó a la vida amb llum artificial, i d'això en són un fidel reflexa els clips musicals, gairebé un reflex documental. Recordem que en els objectius parlàvem en que cal reflexionar la llum, cal reflexionar com la il·luminació ha modulats i modula les nostres vides, sense que això signifiqui un canvi estructural en el cervell, però que si hi aporten una gran dosi de noves imatges i situacions que l'alimenten, per tant la nostra vida està influenciada, molt influenciada per les noves il·luminacions nocturnes i potser això mereix una reflexió.

Tot i que els clips no pretenen ser documentals, encara que n'hi hagin de reivindicatius o que s'allunyin de propostes consumistes, ens proporcionen molta informació documental, en tant que reproduïxen models de comportament i de desig. No és l'objectiu d'aquest treball, centrat en la il·luminació, esbrinar els models sexuals que proposen els videoclip, o la moda que s'hi mostra, o els objectes que es cobegen, però tot això és una informació que ens parla molt del temps actual, el que viu la fracció més jove de la societat, i que potser valdria una anàlisi més acurada. Cal obrir la porta a fer una anàlisi sobre els valors que traspuen els clips musicals.

I també es planteja una pregunta per un futur possible dels videoclip: com seria un camí de música e imatge sense l'imperatiu comercial?

Podríem formular una pregunta pel futur: seria convenient o interessant que la il·luminació fos més estudiada per aquells que volen dedicar-se a les imatges, i no solament des dels aspectes tècnics?

Tots els directores de fotografia parlen de la importància d'estudiar a aquells que ja han treballat amb la llum, els pintors, donat que són una font d'inspiració, ja que la pintura porta molt de temps representant la llum, però des dels pocs estudis acadèmics com el de Ravault d'Allones⁶⁰, ens diu que això no és tant necessari, que el mateix cine té prou exemples per analitzar, reproduir o millorar. És a dir que en un segle de creació d'imatges hem superat la història de la pintura? I els videoclip amb la seva gran capacitat creativa i per tant evolutiva, cap a on ens conduiran?

⁶⁰ Ravault d'Allones, Fabrice "La luz en el cine" Ed Cátedra 2008.

8 Annexos: Taules

TFM Recerca UOC

Cristòfol Casanovas

2013

ordre	cantants	Nom del clip	Any	Llum Natural		Llum Artificial					R	Adreça	Visites	
				A1	A1.1	B1	B.2.1	B.2.2	B.2.3	B.2.4				B.2.5
1	Sometimes	Miami Horror	2009	1									http://www.youtube.com/watch?v=Fn7FXGaHTNs	3.269.574
2	Jason Mraz	I won't give up	2012	1									http://www.youtube.com/watch?v=O1-4u9W-bns	30.684.715
3	Kylie Minogue	Flower	2012	1	1								http://www.youtube.com/watch?v=et-RT11NF7c	2.222.743
4	Kesha	Die young	2012	1				1	1				http://www.youtube.com/watch?v=N0ubzHCu8	53.514.944
5	Alcazar	Crying at the discotheque	2009					1					http://www.youtube.com/watch?v=7CjOWcLUVGM	1.429.080
6	Alesha Dixon	Radio	2010	1	1		1		1				http://www.youtube.com/watch?v=1ERqQXjBNHc	1.486.838
7	The offspring	Cruising California	2012	1	1		1			1			http://www.youtube.com/watch?v=FAIZyajmJcM	2.853.390
8	Deft	No em despertaré	2007				1	1	1	1	1		http://www.youtube.com/watch?v=4qmCTPjHkK	18.982
9	Pitbull / Shakira	Get it started	2012	1	1	1			1	1	1		http://www.youtube.com/watch?v=q5SG7U6ts	31.799.491
10	Carly Rae Jepsen	This kiss	2012				1	1	1	1	1		http://www.youtube.com/watch?v=V78t8vpxRM	20.530.266
11	Urban Lights	Tokio sky light	2012				1		1		1		http://www.youtube.com/watch?v=vvtrG4N3j0	40.876
12	Nena Daconte	Disparé	2013		1	1					1		http://www.youtube.com/watch?v=hCB8fU61JEI	302.386
13	Rihanna feat /Mikky Ekko	Stay	2013						1				http://www.dailymotion.com/video/x302321_rihanna-stay-ft-mikky-ekko_music#video/x302321	36.324
14	Teddy Thompson	In my arms	2008				1	1	1				http://www.youtube.com/watch?v=d4ryG3wZs	144.434
15	Awolnation	Kill your heroes	2012			1	1						http://www.youtube.com/watch?v=L4MzF5j5eM	1.646.984
16	Non Tiq -	Quiet	2010			1		1		1	1		http://www.youtube.com/watch?v=BVWaCzD0D0	1.657.833
17	Pink	Fuckin Perfect	2011			1		1		1	1		http://www.youtube.com/watch?v=ocD1OD1Hw9k	53.236.229
18	David Bowie	The satrs	2013	1	1	1		1	1	1	1		http://vimeo.com/61092901	
19	Agnes	Release me	2009				1	1	1	1	1		http://www.youtube.com/watch?v=LSb63grdL8	15.580.096
20	Thirty seconds to Mars	Up in the air	2013					1	1	1	1		http://www.youtube.com/watch?v=y9SuYUcrtow	6.955.007
21	Eagle eye cherry	Save tonight	1997	1	1	1			1				http://www.youtube.com/watch?v=QYEd3_Xaj-4	2.983.722
22	Shakira	Antes de las 6	2011								1		http://www.dailymotion.com/video/x302321_rihanna-stay-ft-mikky-ekko_music#video/x302321	5.241
23	Labrinth	Last Time	2012	1					1		1		http://www.youtube.com/watch?v=h8L0z25nig	5.141.135
24	Kelly Clarkson	Catch my breath	2012					1		1			http://www.youtube.com/watch?v=HEVaZuFYRU	12.746.428
25	Maroon 5	Misery	2009	1	1								http://www.youtube.com/watch?v=6G6g2mvttP4	123.826.848
26	Dionne Bromfield	Yeah Right	2011					1					http://www.youtube.com/watch?v=xIXcPp-B7bU	996.379

TAULA 1 / 1

Taula 1 / pag 1. Llistat de clips per ordre de visionat

TFM Recerca UOC

Cristòfol Casanovas

2013

27	Miles Kane	Give up	2013							1	1		http://www.youtube.com/watch?v=xIXcPp-B7bU	426.570
28	Selena Gomez	Come and get it	2012	1			1					1	http://www.youtube.com/watch?v=n-D1EB74Ckg	50.865.972
29	Maroon 5 and Rihanna	I never seen your face	2011					1					http://www.youtube.com/watch?v=MbtajuuLMU	28.967.806
30	kesha	Blow	2011					1	1				http://www.youtube.com/watch?v=CFWx0hWCbng	42.133.368
31	psy	Gentleman MV	2013	1	1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=ASO_zypdhsQ	418.049.119
32	Alicia Keys	Girl on fire	2012				1	1	1	1	1		http://www.youtube.com/watch?v=391U_MpdHA	83.305.368
33	Counting crows	accidentally in love	2003		1	1							http://www.youtube.com/watch?v=QUypt2nvorM	2.864.570
34	Kylie Minogue	Better than today	2011							1	1		http://www.youtube.com/watch?v=vypAgJWlWA	1.952.675
35	Alexandra Masangkay	Are you fast enough	2012	1	1	1			1				http://www.youtube.com/watch?v=cuwB_6LHGQ	25.490
36	Bizarre	T'amagues	2010						1				http://www.youtube.com/watch?v=1h_1eu-Fvow	4.241
37	Haim	Don't save me	2013						1		1		http://www.youtube.com/watch?v=kidJushzNTA	2.915.705
38	Smash mouth	I'm believer	2001	1	1				1	1			http://www.youtube.com/watch?v=0mYBSayC3H0	6.009.329
39	Conor Maynard	Can say no	2012	1	1		1		1				http://www.youtube.com/watch?v=eH5J3e8_Ngu	19.112.401
40	Emeli Sande	Heaven	2013	1	1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=883yQqd0aLg	9.889.044
41	Mumford and Sons	Wishers in the dark	2013		1	1							http://www.youtube.com/watch?v=2N8M-NLNG0	1.676.338
42	Sting	Brand new day	1999			1		1					http://www.youtube.com/watch?v=cA6ZnYrzeY	4.896.889
43	Justin Bieber	The power	2013	1	1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=DG1gXP95vB8	45.087.397
44	Lucie Silva	What you're made off	2004	1	1				1				http://www.youtube.com/watch?v=rmlnke7TZA	616.612
45	Jamiroquai	White Knucle ride	2012	1									http://www.youtube.com/watch?v=k_bQ0h85gY8	2.634.711
46	Marien Baker	Unbreakable	2013		1	1							http://www.youtube.com/watch?v=yfZ1h20IMm1	297.856
47	Cris Veneda	Mai podré dir-te adéu	2013						1				http://www.youtube.com/watch?v=0aI6sBqLNMK	7.315
48	Simple Plan	Jet Lag ft. Natasha Bedingfield	2013		1				1				http://www.youtube.com/watch?v=ntSBKPk4m4	25.957.176
49	Miley Cyrus	Party In The U.S.A.	2009	1									http://www.youtube.com/watch?v=M115vDPBhA	337.248.906
50	Thirty seconds to Mars	Up in the air	2013						1	1	1		http://www.youtube.com/watch?v=HEVaZuFYRU	6.874.406
51	Taylor Swift	We Are Never Ever Getting Back Together	2012		1	1			1				http://www.youtube.com/watch?v=WA4IXDS9264	164.161.555
52	Oasis	The hindu	2002						1	1			http://www.youtube.com/watch?v=RSLP8INgk	899.139
53	Dido	No freedom	2012		1	1							http://www.youtube.com/watch?v=V5eyYF7L61	2.288.072
54	The Wanted	Walks Like Rihanna	2013		1	1		1	1				http://www.youtube.com/watch?v=00GyHRKMPQE	4.907.649

TAULA 1 / 2

Taula 1 / pag 2

55	Bruno Mars	Just The Way You Are	2010				1											http://www.youtube.com/watch?v=LjKcEiWkXk	304.671.022
56	Jennifer Lopez & Lil Wayne	I'm Into You (Official Music Video)	2011	1					1				1					http://www.youtube.com/watch?v=FavC75fdDeo	1.529.883
57	psy	Gentleman MV	2013	1	1	1	1											http://www.youtube.com/watch?v=ASO_yyjdnsQ	414.809.744
58	Mumford and Sons	Wishers in the dark	2013		1			1										http://www.youtube.com/watch?v=2NaM-N1NtGo	1.669.328
59	Katy Perry	I Kissed a Girl	2008															http://www.youtube.com/watch?v=eGpiv3nITBm	2.590.174
60	Leona Lewis	Bleeding Love	2007				1	1		1									67.473.032
61	Thirty seconds to Mars	Up in the air	2013							1			1	1	1				6.955.007
62	Blau mut	Pa amb oli i sucre	2012	1	1			1	1									http://www.youtube.com/watch?v=Hkc5p1cEig	474.860
63	Simple Plan	Jet Lag ft. Natasha Bedingfield	2013				1											http://www.youtube.com/watch?v=rtSBKPk4m4	25.957.176
64	Atomic Kitten	The tide is high	1967 / 2002							1	1							http://www.youtube.com/watch?v=vr56mLgIE_M	1.632.368
65	Robbie Williams	Different	2012							1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=MFCWdmZ1Is	4.000.301
66	Ramon Mirabet	Happy Days	2013	1	1													http://www.youtube.com/watch?v=bxNvKc2Ap-s	18.221
67	Madonna Feat. M.I.A. and Nicki Minaj	Give Me All Your Lovin'	2012							1	1							http://www.youtube.com/watch?v=ctHOISLRWg	50.850.637
68	Katie Melua	The Flood	2010							1	1							http://www.youtube.com/watch?v=4E4-9vKTV_1	5.689.929
69	Keane	Silenced by the night	2012	1										1	1			http://www.youtube.com/watch?v=SHVv_B0qrY	5.688.019
70	Justin Bieber	The power	2013	1	1	1	1			1								http://www.youtube.com/watch?v=DG1gXP95vB8	45.087.397
71	Gavin DeGraw	Sweeter	2012	1	1	1	1											http://www.youtube.com/watch?v=WJSXh0G-io	1.599.862
72	Guevara	Nadie como tú	2011	1														http://www.youtube.com/watch?v=qm-gjP1xDMU	8.270
73	Mariah Carey ft. Miguel	Beautiful	2013										1	1				http://www.youtube.com/watch?v=USF53GUALyQ	1.177.457
74	Conor Maynard	Can say no	2012	1	1			1		1								http://www.youtube.com/watch?v=eN3J3e8_Ngu	19.108.505
75	Kylie Minogue	All The Lovers	2010	1														http://www.youtube.com/watch?v=fnvF0t1BNI	9.125.009
76	Hot Chelle Rae	Tonight Tonight	2012	1						1								http://www.youtube.com/watch?v=QZlNfCTzAE	34.945.366
77	Maroon 5	One more night	2012		1	1							1					http://www.youtube.com/watch?v=fwK7ggA3-bU	175.668.188
78	Of Monsters and Men	King And Lionheart	2013							1				1	1			http://www.youtube.com/watch?v=A76a_LN1YwE	4.140.214
79	Natalie Imbruglia	Torn	1997							1								http://www.youtube.com/watch?v=VV1XWJN3r3o	23.506.983
80	Michel Teló	Ai Se Eu Te Pego	2011															http://www.youtube.com/watch?v=hcm55U9knw	507.694.434
81	Thirty seconds to Mars	Up in the air	2013							1			1	1	1				6.955.007

TAULA 1 / 3

Taula 1 / pag 3

82	Casa Rusa	Si te'n vas	2012	1				1										http://www.youtube.com/watch?v=XX0p24V3uc	11.676
83	Taylor swift	I Knew You Were Trouble		1	1	1	1			1								http://www.youtube.com/watch?v=vNoKgu5dy4Y	116.518.491
84	U2	Sometimes You Can't Make It On Your Own	2008	1														http://www.youtube.com/watch?v=CuQhHAR6L8	4.437.525
85	Marien Baker	Unbreakable	2013		1	1												http://www.youtube.com/watch?v=yfZ1hoDM1nI	297.856
86	Xuso Jones	Turn on the radio		1	1													http://www.muzu.tv/xuso-jones/turn-on-the-radio-music-video/1863341/	142.382
87	Miley Cyrus	Party In The U.S.A.	2009	1														http://www.youtube.com/watch?v=M115VdP8NA	337.248.906
88	Foster The People	Houdini	2012							1			1	1				http://www.youtube.com/watch?v=_GMQJvGfW	14.304.269
89	Take That	Love love	2011							1			1					http://www.youtube.com/watch?v=TxEPe7XMcs	5.544.232
90	Jason Mraz	I won't give up	2012	1														http://www.youtube.com/watch?v=O1-4u9W-bns	30.681.714
91	The Lumineers	Ho Hey	2012		1	1							1					http://www.youtube.com/watch?v=zvCBSSwats4	75.160.065
92	Muse	Madness	2012															http://www.youtube.com/watch?v=EK0SgwWmF9w	33.999.119
93	The xx	Intro	2010							1								http://www.youtube.com/watch?v=6M4YpGUVJe0	2.832.425
94	Carlos Sadness Con Ivan Ferreiro	Siempre Echando	2013	1	1	1												https://www.youtube.com/watch?v=AKHnyZDV78M&feature=youtu.be_gdata_player	119.866
95	Justice	D.A.N.C.E.	2011	1						1								http://www.youtube.com/watch?v=sv1dYF6cPUe	7.806.882
96	Alicia Keys	Girl on Fire	2012							1	1	1	1					http://www.youtube.com/watch?v=391U_MpPHA	
97	ix!	Avui sí	2011	1														http://www.youtube.com/watch?v=G02C01yEqQY	7.240
98	Kanye West	All Of The Lights ft. Rihanna, Kid Cudi	2011	1						1								http://www.youtube.com/watch?v=H4F5r7p068aturu=youtu.be_gdata_player	
99	Non Tiq	Quiet	2010							1								http://www.youtube.com/watch?v=BWwCz0D0o	1.657.189
100	Crystal Fighters	PLAGE	2011															http://www.youtube.com/watch?v=eV_LT4Haf4	692.131

42 36 29 25 39 32 28 32 11

total 263

TAULA 1 / 4

Taula 1 / pag 4

Taula 2 / pag 1 Classificació per visionats a Youtube (En aquesta llista s'han suprimit les repeticions)

TFM Recerca UOC

Cristòfol Casanovas

2013

ordre	cantants	Nom del clip	Any	Llum Natural					Llum Artificial					Repetició	Adreça	Visites	
				A1	A1.1	B1	B.2.1	B.2.2	B.2.3	B.2.4	B.2.5	R					
80	Michel Teló	Ai Se Eu Te Pego	2011												1	http://www.youtube.com/watch?v=hcm55IU9knw	507.694.434
31	psy	Gentleman MV	2013	1	1	1	1									http://www.youtube.com/watch?v=ASO_zydnt9Q	418.049.119
87	Miley Cyrus	Party In The U.S.A.	2009	1											1	http://www.youtube.com/watch?v=M11SVdPBHA	337.248.906
55	Bruno Mars	Just The Way You Are	2010			1										http://www.youtube.com/watch?v=LjHCENWIKKk	304.671.022
77	Maroon 5	One more night	2012		1	1			1							http://www.youtube.com/watch?v=fwk7ggA3-bU	175.668.188
51	Taylor Swift	We Are Never Ever Getting Back Together	2012		1	1			1							http://www.youtube.com/watch?v=WAlXSD9Z64	164.161.555
25	Maroon 5	Misery	2009	1	1											http://www.youtube.com/watch?v=6G6g2mv1tp4	123.826.848
83	Taylor Swift	I Knew You Were Trouble	2012	1	1	1	1		1					1	http://www.youtube.com/watch?v=vNoKgu5dy4Y	116.518.491	
32	Alicia Keys	Girl on fire	2012				1	1	1	1	1					http://www.youtube.com/watch?v=391B_MpdHA	83.305.368
91	The Lumineers	Ho Hey	2012		1	1				1						http://www.youtube.com/watch?v=zvCB5Swatg4	75.160.065
60	Leona Lewis	Bleeding Love	2007			1	1	1	1							http://www.youtube.com/watch?v=ocDIOd1Hw9k	67.473.032
17	Pink	Fuckin Perfect	2011			1		1	1					1		http://www.youtube.com/watch?v=n-D1EB74Ckg	53.236.229
28	Selena Gomez	Come and get it	2012	1			1							1		http://www.youtube.com/watch?v=EK0SpwWmF9w	50.865.972
67	Madonna Feat. M.I.A. and Nicki Minaj	Give Me All Your Luvin'	2012					1	1	1				3		http://www.youtube.com/watch?v=dTHO5LRWg	50.850.637
43	Justin Bieber	The power	2013	1	1	1	1	1								http://www.youtube.com/watch?v=DG1gXP9svB8	45.087.397
70	Justin Bieber	The power	2013	1	1	1	1	1						1		http://www.youtube.com/watch?v=DG1gXP9svB8	45.087.397
30	kesha	Blow	2011					1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=CFX0HWCng	42.133.368
76	Hot Chelle Rae	Tonight Tonight	2012	1			1							1		http://www.youtube.com/watch?v=QzINfCT2aDE	34.945.366
92	Muse	Madness	2012									1	1			http://www.youtube.com/watch?v=EK0SpwWmF9w	33.999.119
9	Pitbull / Shakira	Get it started	2012	1	1	1	1			1	1	1				http://www.youtube.com/watch?v=q5SG7L76tIs	31.799.491
90	Jason Mraz	I won't give up	2012	1										1		http://www.youtube.com/watch?v=O1-4uW-bns	30.681.714
29	Maroon 5 and Rianna	I never seen your face	2011						1							http://www.youtube.com/watch?v=MbtajuuLMU	28.967.806
48	Simple Plan	Jet Lag ft. Natasha Bedingfield	2013		1					1						http://www.youtube.com/watch?v=nt5BKPk4m4	25.957.176

Taula 2 / 1

Taula 2 / pag 2 Classificació per visionats a Youtube. (En aquesta llista s'han suprimit les repeticions)

TFM Recerca UOC

Cristòfol Casanovas

2013

79	Natalie Imbruglia	Torn	1997			1										http://www.youtube.com/watch?v=VW1XWJN3n3o	23.506.983
10	Carly Rae Jepsen	This kiss	2012				1	1	1	1	1					http://www.youtube.com/watch?v=v78akvpxRM	20.530.266
39	Conor Maynard	Can say no	2012	1	1		1	1	1							http://www.youtube.com/watch?v=eh5J3e8_NgU	19.112.401
19	Agnes	Release me	2009				1	1		1	1					http://www.youtube.com/watch?v=LS66e3grdL8	18.580.096
88	Foster The People	Houdini	2012					1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=GMQJjvGfW	14.304.269
24	Kelly Clarkson	Catch my breath	2012					1	1							http://www.youtube.com/watch?v=HEValZuFYRU	12.746.428
40	Emeli Sande	Heaven	2013	1	1	1	1									http://www.youtube.com/watch?v=8B3yQd0Alg	9.889.044
75	Kylie Minogue	All The Lovers	2010	1												http://www.youtube.com/watch?v=fv6FQz1BNi	9.125.009
95	Justice	D.A.N.C.E.	2011	1			1									http://www.youtube.com/watch?v=sv1dYfGAPUE	7.806.882
20	Thirty seconds to Mars	Up in the air	2013					1		1	1					http://www.youtube.com/watch?v=9u5y1Crtow	6.955.007
38	Smash mouth	I'm believer	2001	1	1			1	1							http://www.youtube.com/watch?v=0mYBSayCaH0	6.009.329
68	Katie Melua	The Flood	2010					1	1							http://www.youtube.com/watch?v=4E4-9yKTV_1	5.689.929
69	Keane	Silenced by the night	2012	1						1	1					http://www.youtube.com/watch?v=SHVW_B0qrDY	5.688.019
89	Take That	Love love	2011					1	1							http://www.youtube.com/watch?v=TrEVPe7XMea	5.544.232
23	Labyrinth	Last Time	2012	1					1	1	1					http://www.youtube.com/watch?v=18k0kZq25ng	5.141.135
54	The Wanted	Walks Like Rihanna	2013		1	1		1	1							http://www.youtube.com/watch?v=00GYHRKMP0E	4.907.649
42	Sting	Brand new day	1999				1	1								http://www.youtube.com/watch?v=cA46Znjr2eY	4.886.889
84	U2	Sometimes You Can't Make It On Your Own	2008	1												http://www.youtube.com/watch?v=CuDqzHAR6L8	4.437.525
78	Of Monsters and Men	King And Lionheart	2013					1	1	1	1					http://www.youtube.com/watch?v=476a_LNjYwE	4.140.214
65	Robbie Williams	Different	2012					1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=MFCWdmZ1Is	4.000.301
21	Eagle eye cherry	Save tonight	1997	1	1	1			1							http://www.youtube.com/watch?v=QYEd3_Xa1-4	2.983.722
37	Haim	Don't save me	2013					1	1	1	1					http://www.youtube.com/watch?v=kijquash2nTA	2.915.705
33	Counting crows	accidentally in love	2003		1	1										http://www.youtube.com/watch?v=Q0ypt2vorM4	2.864.570
7	The offspring	Cruising California	2012	1	1				1	1						http://www.youtube.com/watch?v=FAI2yjmclM	2.853.390
93	The xx	Intro	2010				1				1	1				http://www.youtube.com/watch?v=6kY9yGJuo0	2.832.425
45	Jamiroquai	White Knuckle ride	2012	1												http://www.youtube.com/watch?v=k_LQ0h85yY8	2.634.711
59	Katy Perry	I Kissed a Girl	2008						1							http://www.youtube.com/watch?v=eGpvjnlT6M	2.590.174
53	Dido	No Freedom	2012	1	1											http://www.youtube.com/watch?v=v5evY7L26I	2.268.072

Taula 2 / 2

Taula 2 / pag 3 Classificació per visionats a Youtube (En aquesta llista s'han suprimit les repeticions)

TFM Recerca UOC

Cristòfol Casanovas

2013

34	Killie Minogue	Better than today	2011							1	1						http://www.youtube.com/watch?v=vypAgJWifa	1.952.675
41	Mumford and Sons	Wishers in the dark	2013		1		1										http://www.youtube.com/watch?v=2NaM-N1NDGo	1.676.338
16	Non Tiq -	Quiet	2010				1		1			1	1				http://www.youtube.com/watch?v=BWacZD0D0	1.657.833
99	Non Tiq	Quiet	2010				1						1				http://www.youtube.com/watch?v=BWacZD0D0	1.657.189
15	Awolnation	Kill your heroes	2012				1	1									http://www.youtube.com/watch?v=L4MzF53je5M	1.646.984
64	Atomic Kitten	The tide is high	1967 / 2002						1	1							http://www.youtube.com/watch?v=vr56mLgIE_M	1.632.368
71	Gavin DeGraw	Sweeter	2012	1	1	1					1						http://www.youtube.com/watch?v=WJSXh0G-io	1.599.862
56	Jennifer Lopez & Lil Wayne	I'm Into You (Official Music Video)	2011	1						1			1				http://www.youtube.com/watch?v=FavC7StzDeo	1.529.883
73	Mariah Carey ft. Miguel	Beautiful	2013								1	1					http://www.youtube.com/watch?v=USF55GUALyQ	1.177.457
26	Dionne Bromfield	Yeah Right	2011							1							http://www.youtube.com/watch?v=xIXcpP-B7bU	996.379
52	Oasis	The hindu	2002								1	1					http://www.youtube.com/watch?v=RSLPB8Njgk	899.139
100	Crystal Fighters	PLAGE	2011												1		http://www.youtube.com/watch?v=eV_LT4Haf4	692.131
44	Lucie Silva	What you're made off	2004	1	1							1					http://www.youtube.com/watch?v=rnuInke7TZA	616.812
62	Blau mut	Pa amb oli i sucre	2012	1	1				1	1							http://www.youtube.com/watch?v=Hkc5piUEg	474.860
27	Miles Kane	Give up	2013										1	1			http://www.youtube.com/watch?v=xIMxAM5um6I	426.570
12	Nena Daconte	Disparé	2013		1	1									1		http://www.youtube.com/watch?v=hCB8U61JEI	302.386
46	Marien Baker	Unbreakable	2013		1	1											http://www.youtube.com/watch?v=yZ1ho0IMmI	297.856
14	Teddy Thompson	In my arms	2008						1	1	1						http://www.youtube.com/watch?v=d4ryG3cwZs	144.434
94	Carlos Sadness Con Ivan Ferreira	Siempre Echandote	2013	1	1	1											https://www.youtube.com/watch?v=Address20V788&feature=youtu.be_gdtsa_player	119.866
11	Urban Lights	Tokio sky light	2012						1			1			1		http://www.youtube.com/watch?v=vvtrnGrHN3j0	40.876
13	Rihanna feat. Mikky Ekko	Stay	2013									1					http://www.dailymotion.com/video/1661003_rihanna-stay-ft-mikky-ekko_cwew4_UY9T7r0aCQ	36.324
35	Alexandra Masangkay	Are you fast enough	2012	1	1	1						1					http://www.youtube.com/watch?v=cuwB_6LFIQg	25.490
8	Dept	No em despertaré	2007						1	1			1	1			http://www.youtube.com/watch?v=4QmCTP3mHKk	18.982
66	Ramon Mirabet	Happy Days	2013	1	1												http://www.youtube.com/watch?v=bxHvK2Ap-s	18.221
82	Casa Rusa	Si te'n vas	2012	1					1						1		http://www.youtube.com/watch?v=XXopz4VJuc	11.676
72	Guevara	Nadie como tú	2011	1													http://www.youtube.com/watch?v=qm-gPIxjMU	8.270
47	Cris Vermeda	Mai podré dir-te adeu	2013								1						http://www.youtube.com/watch?v=0at6sBqLNKM	7.315
97	Ix!	Avui sí	2011	1													http://www.youtube.com/watch?v=GG2CO1yEqgY	7.240
22	Shakira	Antes de las 6	2011												1		http://www.dailymotion.com/video/x08m7m1_shakira-antes-de-las-6-7552_music_14819gkCQ	5.241

Taula 2 / 3

TFM Recerca UOC

Cristòfol Casanovas

2013

36	Bizarre	T'amagues	2010							1							http://www.youtube.com/watch?v=1h_lieu-Fvow	4.241
86	Xuso Jones	Turn on the radio		1	1										1		http://www.muzu.tv/video-3965/turn-on-the-radio-music-video/1863341/	142.382
18	David Bowie	The satrs	2013	1	1	1					1	1	1				http://vimeo.com/61092901	no figura
96	Alicia Keys	Girl on Fire	2012						1	1	1	1					http://www.youtube.com/watch?v=391ti_ModHA	no figura
98	Kanye West	All Of The Lights ft. Rihanna, Kid Cudi	2011	1						1					1		http://www.youtube.com/watch?v=HAF6t1tp8&feature=youtu.be_gdtsa_player	no figura

Taula 2 / 4

Taula 2 / pag 4 Classificació per visionats a Youtube. (En aquesta llista s'han suprimit les repeticions)

9 Bibliografía

- ALEKAN, Henri *“Des lumières et des ombres”* Ed Librairie du Collectionneur 1991
- AMERICAN SOCIETY OF CINEMATOGRAPHERS (ASC) *“American Cinematographer Manual”* . Ninth edition. 2007 Volume II
- BROWN, Blain *“Iluminación en cine y televisión”* . Ed española : Escuela de video y cine. 1994
- GUTIÉRREZ San Miguel, Begoña *“La luz como elemento expresivo de la narrativa audiovisual”* Comunicar, 18, 2002, Revista Científica de Comunicación y Educación; ISSN: 1134-3478; páginas 101-110
- LOISELEUX, Jacques *“La luz en el cine”* Ed Paidòs (col·lecció Cahiers du cinema) 2005
- MANNONI Laurent. *“Catàleg de l'exposició Georges Méliès. La Magia del Cine.”* Obra social La Caixa i La Cinemathèque Française. 2013 Capítol 4 : Méliès y las películas de trucajes.
- MILLERSON Millerson, Gerald *“Iluminación para televisión y cine”* IORTV Instituto Nacional de Radiotelevisión Española 1994.
- MORA, Francisco *“Cómo funciona el cerebro”* Alianza editorial 2011.
- RAVAULT D'ALLONES, Fabrice. *“La luz en el cine”* Ed Cátedra 2008.
- SCHAEFER, Dennis / SALVATO , Larry *“Maestros de la luz”* _ (Conversaciones con directores de fotografía) Ed Plot 1990
- SEDEÑO, Ana Maria *“Videoclip musical: materialidad electrónica e influencia del videoarte “.* Universidad de Málaga. Área Abierta nº16. Marzo 2007 Referencia: AA16. 0703. 84
Article localitzable , DIALNET: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=277914>
- SEDEÑO, Ana Maria *“ Videoclips musicales en transición a la red: nuevos subgéneros y apropiaciones del formato” “Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis”, RAZÓN Y PALABRA* Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación . Número 71. Junio 2010
Disponible a www.razonypalabra.org.mx
- SEDEÑO, Ana Maria *“Cine y medios audiovisuales ante la globalización”.* Universidad de Málaga. Revista ENCUENTROS ISSN 1692-5858. No. 1. Junio de 2011 • P. 11-20
Article localitzable DIALNET: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4049574.pdf
- SEDEÑO, Ana Maria *“Cultura de la escucha y videoclip musical: aportaciones de este formato audiovisual a la recepción de la música popular”* Universidad de Málaga, España.
Revista F@ro Nº15 (2012) - Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha Valparaíso, Chile | e-ISSN 0718-4018
Article localitzable , DIALNET: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=277914>
- TANIZAKI, Junichiro *“Elogio de la sombra “* 1933 Ed Siruela. 1995 2ª edición.
- VEIGA, Adolfo / MENA, Tracy *“El video clip en constante renovación”* *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, junio, 2006, número 094 Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina Quito, Ecuador pp. 46-51
Disponible a : <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2053909>
- VERA-SÁNCHEZ, Mauricio *“Televisión, estética y video clip: la música popular hecha imagen”* Artículo en la revista Palabra Clave ISSN 0122-8285 . Volumen 12 Número 2 Diciembre 2009 pags 245-265
- Webgrafía
RODRIGUEZ, Adrián. *“El lenguaje del videoclip”*
Article publicat a : <http://adrianrodriguez.wordpress.com/2009/09/14/el-lenguaje-del-videoclip/>